



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Oliver Mättig**

**Vom Kinderzimmer in die  
Arenen der Welt – Wie hat sich  
eSport zu einem global  
angesehenen Phänomen  
entwickelt**

**2017**

---

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Vom Kinderzimmer in die Arenen der Welt – Wie hat sich eSport zu einem global angesehenen Phänomen entwickelt**

Autor:  
**Herr Oliver Mättig**

Studiengang:  
**Angewandte Medien**

Seminargruppe:  
**AM11wJ1-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

Zweitprüfer:  
**Mag. phil. Holger Heinrich**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **From the childrensroom to the arenas of the world – How did eSport develop into a globally recognized phenomenon**

author:

**Mr. Oliver Mättig**

course of studies:

**Applied Media**

seminar group:

**AM11wJ1-B**

first examiner:

**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

second examiner:

**Mag. phil. Holger Heinrich**

---

## **Bibliografische Angaben**

Mättig, Oliver:

Vom Kinderzimmer in die Arenen der Welt – Wie hat sich eSport zu einem global angesehenen Phänomen entwickelt

From the childrensroom to the arenas of the world – How did eSport develop into a recognized phenomenon

49 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

## **Abstract**

Diese Arbeit beleuchtet das Thema eSport und gibt Aufschluss über die Entstehung und den historischen Werdegang des vermeintlich jungen Phänomens. Dabei werden verschiedene Genres betrachtet und aufgezeigt, warum der aktuelle Hype größer denn je ist. Darüber hinaus werden Einblicke in die professionelle Arbeit des eSport gegeben. Durch Betrachtung von Sponsoren, Preisgeldern und medialer Akzeptanz soll deutlich werden, wie eSport ein global, angesehenes Phänomen geworden ist und warum Millionen von Menschen sich dem kompetitiven Spielen hingezogen fühlen.

# Inhaltsverzeichnis

|  |              |
|--|--------------|
| <b>Inhaltsverzeichnis .....</b>                    | <b>V</b>     |
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                 | <b>VI</b>    |
| <b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>                 | <b>VII</b>   |
| <b>1 Einleitung.....</b>                           | <b>1</b>     |
| <b>2 eSport Allgemein.....</b>                     | <b>4</b>     |
| 2.1 Definition.....                                | 4            |
| 2.2 Geschichte.....                                | 6            |
| 2.3 Genreeinteilung.....                           | 17           |
| 2.3.1 Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) ..... | 18           |
| 2.3.2 First-Person-Shooter (FPS).....              | 19           |
| 2.3.3 Real-Time-Strategy (RTS) .....               | 20           |
| 2.3.4 Sportspiele.....                             | 20           |
| <b>3 eSport als professioneller Sport .....</b>    | <b>22</b>    |
| 3.1 Aktueller Hype und Aussicht .....              | 26           |
| 3.2 Veranstalter, Turniere und Preisgelder.....    | 31           |
| 3.3 Sponsor- und Merchandising .....               | 36           |
| 3.4 Zusammenschluss mit Fußballclubs.....          | 39           |
| 3.5 Streaming .....                                | 41           |
| <b>4 Mediale Akzeptanz .....</b>                   | <b>43</b>    |
| 4.1 Print- und Onlinemedien.....                   | 43           |
| 4.2 Fernsehen.....                                 | 44           |
| 4.1 Andere Medien.....                             | 47           |
| <b>5 Fazit.....</b>                                | <b>48</b>    |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>                  | <b>XI</b>    |
| <b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>            | <b>XVIII</b> |

# Abbildungsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 1: Alan Kotok, Steve Russel & Martin Graetz spielen am 27.03.1983<br>Spacewar im Computermuseum Boston ..... | 7  |
| Abbildung 2: Das klassische Videospiel „Pong“ .....  | 8  |
| Abbildung 3: Das erste eSport-Turnier in New York, USA. ....   | 9  |
| Abbildung 4: Das Nintendo Entertainment System .....   | 10 |
| Abbildung 5: Kauf digitaler Spiele in Deutschland per Download 2015.....   | 16 |
| Abbildung 6: Verglichen werden Umsätze und Zuschauerzahlen seit 2015.....  | 27 |
| Abbildung 7: Durchschnittliche Zuschauerzahl bei sportlichen Großevents 2008 .....                                     | 29 |
| Abbildung 8: eSport-Steakholder und Ökosystem .....  | 30 |
| Abbildung 9: eSports-Erlösquellen nach Deloitte 2016 .....   | 37 |

---

## Abkürzungsverzeichnis

|       |   |
|-------|---|
| CS:GO | Counter Strike: Global Offensive              |
| DOSB  | Deutscher Olympischer Sportbund               |
| EDSAC | Electronic Delay Storage Automatic Calculator |
| ESL   | Electronic Sports League                      |
| FUT   | Fifa Ultimate Team                            |
| IEM   | Intel Extreme Masters                         |
| LAN   | Local Area Network                            |
| LCS   | League of Legends Championship                |
| LOL   | League of Legends                             |
| MIT   | Massachusetts Institute of Technology         |
| MLG   | Major League Gaming                           |
| OGN   | OnGameNet                                     |
| SPD   | Sozialdemokratische Partei Deutschland        |
| TV    | Television                                    |
| ZDF   | Zweites Deutsches Fernsehen                   |

# 1 Einleitung

Schon der griechische Philosoph und Gelehrte Platon (427v.Chr. – 347n.Chr.) sagte:

*„Das Staunen ist der Anfang der Erkenntnis.“<sup>1</sup>*

Ungefähr so muss es fast jedem Menschen gehen, der zum ersten Mal Gast bei einem großen eSport Event ist. Wenn tausende Fans Multifunktionsarenen oder ganze Fußballstadien in ein Tollhaus der fiktiven Welt verwandeln. Wenn Lichtshows im Zusammenspiel mit erfolgreichen Musikacts die teilweise meterhohen Leinwände zum Glühen bringen. Wenn Computerspieler, ähnlich wie Fußballstar Cristiano Ronaldo, euphorisch gefeiert werden. Wenn unzählige Journalisten sich mit ihren Kameras um das beste Bild in Position bringen. Genau dann ist man in der Welt des eSports angekommen.

*„eSports rollt derzeit im Expresstempo in den Mainstream. Noch vor Monaten als Nische für wenige Hardcore-Gamer unterschätzt, wird eSports auch in Deutschland immer stärker von der Öffentlichkeit wahrgenommen. Die Zahl der Zuschauer steigt rasant, große Events finden mittlerweile in Stadien statt, Preisgelder erreichen beachtliche Summen und prominente Investoren entdecken eSports für sich. Auch für Medienunternehmen wird eSports zunehmend interessant: Sky und Sport1 widmen dem Thema eigene Sendungen samt Live-Übertragungen und schaffen damit ein zusätzliches, großes Publikum. Die steigende Dynamik wird sich in den kommenden Jahren umsatzseitig widerspiegeln: Bis zum Jahr 2020 werden die eSports-Umsätze in Deutschland auf geschätzte 130 Mio. Euro steigen.“<sup>2</sup>*

Die Zeit in der das Computerspielen verpönt und als Unsinn bezeichnet wurden, ist vorbei. Der elektronische Sport hat sich aus seinen Kinderschuhen befreit und ist weit über die Grenze des asiatischen Kontinents, wo er mittlerweile in die Asienspiele 2022

---

<sup>1</sup> <http://www.zitate-online.de/autor/platon/> [20.06.2017].

<sup>2</sup> Esser et al. 2016, S.3.



mit aufgenommen wurde, hinausgewandert.<sup>3</sup> Zahlen belegen diesen Fakt. 2015 war das League of Legends<sup>4</sup> Finale der World Championship in Berlin in weniger als 90 Sekunden ausverkauft. Zum Vergleich: Pop Ikone Adele brauchte für den Verkauf ihrer Konzertkarten in der Mercedes-Benz Arena, damals noch o2 World, mehr als 10 Minuten.<sup>5</sup> Ähnlich verhält es sich bei der Online-Zuschauerzahl des Spiels. Beim LoL Finale 2016 belief sich der durchschnittliche Zuschauerschnitt im Netz auf 14 Millionen Menschen. Hinzu kommen noch die ca. 17.000 Zuschauer in der Arena und ca. 34 Millionen Beobachter über weitere diverse Streaming-Plattformen.<sup>6</sup> 8 Millionen Zuschauer verfolgten im Gegensatz dazu den Sprung von Felix Baumgartner aus dem All.<sup>7</sup> Angesichts dieser Zahlen ist es schwer zu glauben, dass der eSport erst in den letzten Jahren zu einem Global Player gereift ist.

*„To play video games has become the norm; to not play video games has become the exception.“<sup>8</sup>*

Doch bevor die hochauflösenden Spielekonsolen und die Online-Games den Markt revolutionierten, um ein Millionenpublikum in ihren Bann zu ziehen, musste einiges an Zeit versteifen. Die vorliegende Arbeit soll die wesentlichen Entwicklungspunkte des eSports beleuchten. Im zweiten Kapitel wird daher die Geschichte der Computerspiele und die Entwicklung des eSports historisch beleuchtet. Darüber hinaus gewährt das gewährt das erste Kapitel einen Einblick in die beliebtesten Spielegenres. Im dritten Kapitel soll deutlich werden, warum eSport als professioneller Sport anzusehen ist. Dazu gehört auch die Frage, ob das kompetitive Spielen überhaupt ein echter Sport ist. eAußerdem werden für das Thema wichtige Standpunkte wie Sponsoren, Veranstalter, Preisgelder und Sponsoring näher erläutert. Auch der Zusammenschluss mit großen Fußballclubs wird auf Grund der aktuellen Entwicklung betrachtet. Kapitel 4 gibt Aufschluss über die mediale Akzeptanz. Das fünfte und letzte Kapitel zieht ein Fazit

---

<sup>3</sup> <http://www.spiegel.de/sport/sonst/esports-ab-2022-offizielle-sportart-der-asienspiele-a-1143860.html>, [20.06.2017].

<sup>4</sup> Siehe dazu Kapitel 2.4 (beliebte Spiele).

<sup>5</sup> Vgl. <https://www.biu-online.de/marktdaten/esports-ueberblick-2016/>, [20.06.2017].

<sup>6</sup> <https://www.derwesten.de/spiele/warum-esports-so-viele-online-gamer-fasziniert-id11530960.html>, [20.06.2017].

<sup>7</sup> Vgl. ebenda.

<sup>8</sup> Juul, 2010, S.8.

---

und gibt Ausblick über die Zukunft des eSports. Darüber hinaus werden Probleme und Lösungen angesprochen.

## 2 eSport Allgemein

### 2.1 Definition

Der Begriff eSport ist die kurze Schreibweise für „elektronischer Sport“. Dieser umfasst das wettbewerbsmäßige Spielen vom Computer- und Videospielen im Einzel- oder Mehrspielermodus. Je nach Art des Genres (Shooter, Echtzeitstrategie oder Sportspiel) kann dementsprechend allein oder im Team (Clan) gespielt werden.

*„Die Wettbewerbe finden entweder „online“ über das Internet oder aber „offline“ über ein so genanntes Local-Area-Netzwerk (LAN) statt. Bei einem LAN sind die Spieler vor Ort in einen oder mehreren Räumen über ein lokales Netzwerk miteinander verbunden.“<sup>9</sup> Bei einem Onlinewettbewerb ist es möglich, ganz normal vom heimischen PC aus zu spielen. Bei professionellen Offline-Wettbewerben ist die Peripherie (Computer und Monitor) meistens schon vom Veranstalter gestellt, so dass jeder Spieler mit einem gleich ausgestatten Computer gegen seine Gegner antritt. Lediglich eine eigene Tastatur, Maus, Mauspad und Headset bringen die Spieler selbst mit.“<sup>10</sup>*

Darüber hinaus werden vor allem Spielverständnis, Hand-Augen-Koordination, Reaktionsgeschwindigkeit, Raum- sowie taktisches Verständnis benötigt.<sup>11</sup> Die Fähigkeit neue Kontakte zu knüpfen, kritikfähig zu sein, Probleme zu erkennen und passende Lösungen zu finden und gleichzeitig Sorgfalt und Genauigkeit an den Tag zu legen, stehen an der täglichen Tagesordnung. Vor allem beim Mehrspielermodus ist die Kommunikation sowie ausgeklügelte, taktische Absprachen von großer Bedeutung. Das Teamplay steht über Allem. Im Gegensatz zu anderen Sportarten ist es möglich, wenn z.B. das Genre der Ego-Shooter Spiele betrachtet wird, dass auch bessere Hobbyspieler ein ernstzunehmendes Aiming<sup>12</sup> besitzen können. Doch wie beim

---

<sup>9</sup> Bei großen Events befinden sich die Spieler meist auf einer großen Bühne und können durch Sichtbarrieren nichts vom Handeln des gegnerischen Teams mitbekommen.

<sup>10</sup> Beisel, 2006, S.6.

<sup>11</sup> Esser et al. 2016, S.3.

<sup>12</sup> Ein gutes Aiming beschreibt die Fähigkeit, schneller und besser zu zielen als andere Spieler.

Fußball, Handball oder Basketball kommt es auf ein funktionierendes Gesamtkonzept, eine Teamchemie an. Nicht selten werden eigene Sprachen und Abkürzungen entwickelt, die für den Außenstehenden nicht zu verstehen sind. So benutzt zum Beispiel das deutsche Team „mousesports“ im Spiel CS:GO<sup>13</sup> eine Art Kauderwelsch zwischen deutscher- und englischer Sprache.<sup>14</sup> eSport selbst versteht sich als sportliche Disziplin, wird aber vom DOSB (Deutscher Olympischer Sportbund) nicht als Sport anerkannt. Diese Meinung wird nicht in allen Bereichen der Welt geteilt.

*„Schon jetzt gilt eSport unter anderem in Schweden, Russland und Südkorea als Sport, ebenso in Großbritannien und Brasilien.“<sup>15</sup>*

Je größer sich der e-Sport in den vergangenen Jahrzehnten entwickelt hat, desto komplizierter wird eine genaue und präzise Beschreibung. Einige Experten halten eine genaue Definition sogar schlichtweg für unnötig, da sich der eSport der allgemeinen Sportdefinition unterzieht.<sup>16</sup> Ähnlich wie bei anderen Sportarten werden Turniere oder Ligaspiele vor Livepublikum veranstaltet. Darüber hinaus können Zuschauer über verschiedene Onlineplattformen wie Twitch, YouTube oder eigens angelegte Internetsender per Stream die Wettkämpfe beobachten.

*„Auch für Medienunternehmen wird eSports zunehmend interessant: Sky und Sport1 widmen dem Thema eigene Sendungen samt Live-Übertragungen und schaffen damit ein zusätzliches, großes Publikum.“<sup>17</sup>*

Das damit steigende Interesse lukrativer Sponsoren hat sich ähnlich wie das Preisgeld und der wachsende Zuschauerschnitt exponentiell erhöht. Mittlerweile ist es auch in Deutschland möglich, als erfolgreicher Gamer, vom eSport zu leben. Unterschieden werden muss dabei, wie in anderen Sportarten, in Freizeit- und Profispieler. Zwar ist es theoretisch jedem Menschen mit einem PC/Konsole und einem funktionierenden Internetzugang möglich, in die Schiene des kompetitiven eSports einzusteigen, jedoch

---

<sup>13</sup> Counter-Strike: Global Offensive.

<sup>14</sup> WDR, Montag, 15.08.2016, 44min, <http://www.ardmediathek.de/tv/WDR-DOK/World-of-Games-Der-Aufstieg-des-eSport/WDR-Fernsehen/Video?bcastId=12877260&documentId=37147254>, [22.06.2017].

<sup>15</sup> <http://www.faz.net/aktuell/sport/mehr-sport/der-esport-ist-fuer-den-dosb-kein-richtiger-sport-13720467-p2.html>, [21.06.2017].

<sup>16</sup> Vgl. Pfeiffer/Wochenalt, 2011, S.104.

<sup>17</sup> Esser et al. 2016, S.3.

können nur die wenigsten Menschen dem stetig wachsenden Leistungsdruck standhalten. Profigamer trainieren bis zu 10 Stunden täglich und ordnen dem Ziel des Profisports alles unter.

## 2.2 Geschichte

Die Geschichte des eSports geht mit der Entwicklung digitaler Computer- und Videospiele einher. Daher ist es wichtig, die Historie der Gamebranche zu erläutern, um die entstehende eSport-Bewegung zu verstehen. Bereits in den 50er Jahren erstellten Studenten an Universitäten eine Art Spiel namens Tic-Tac-Toe auf einem Computer. So geht die Entwicklung der elektronischen Computerspiele auf die USA als „Testlabor“ zurück:

*„Amerikanische Universitäten waren zu dieser Zeit die ersten Einrichtungen, an denen junge Akademiker und Technikenthusiasten mit dem neuen Medium Computer experimentieren konnten.“<sup>18</sup>*

Die Maschine EDSAC war jedoch einzigartig und daher für die Masse nicht von belangen.<sup>19</sup> Somit gilt das Spiel „Spacewar“, was von drei Angestellten des MIT auf einem DEC-PDP-1 Computer erstellt wurde, als die Geburtsstunde digitaler Spiele. Die erste Version wurde dabei von Steve Russel allein 1961 geschrieben. Ein Jahr später halfen ihm seine Kollegen bei der Umsetzung.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> <https://www.biu-online.de/spielgeschichte/>, [22.06.2017].

<sup>19</sup> Vgl. Pfeiffer/Wochenalt, 2011, S.82.

<sup>20</sup> <http://www.computerhistory.org/pdp-1/6a210c1a96e2ed4f4ffa5492d5128d83/>, [22.06.2017].



Abbildung 1: Alan Kotok, Steve Russel & Martin Graetz spielen am 27.03.1983 Spacewar im Computermuseum Boston<sup>21</sup>

Das Spiel bestand kurzgesagt aus zwei, von den Spielern gesteuerten, Raketen, die auf den Bildschirmmittelpunkt zuflogen. Ziel war es, die Kollision mit der Sonne zu vermeiden und generische Raketen abzuschießen. Erfolg erlangte das Spiel vor allem durch seine schnelle Verbreitung.

*„„Spacewar!“ wurde innerhalb der USA ein Erfolg, da es über Kassetten kostenlos verteilt, und schließlich als „Diagnoseprogramm“ standardmäßig auf allen DEC Rechnern installiert wurde.“<sup>22</sup>*

Von der Geburtsstunde bis hin zur weltweiten Massentauglichkeit der Computer- und Videospiele dauerte es weitere zehn Jahre. Ralph Baer ist mit der ersten Konsole „Magnavox Odyssey“ noch verhältnismäßig unbekannt. Atari-Gründer Nolan Bushnell, Erfinder des erfolgreichen Spiels „Pong“, ist sowohl im fachlichen Literaturkanon als auch im gesellschaftlichen Konsens ein Begriff.

---

<sup>21</sup> <http://www.computerhistory.org/pdp-1/6a210c1a96e2ed4f4ffa5492d5128d83/>, [22.06.2017].

<sup>22</sup> <http://birgitrichard.de/projekt/fsgesenco.html>, [22.06.2017].

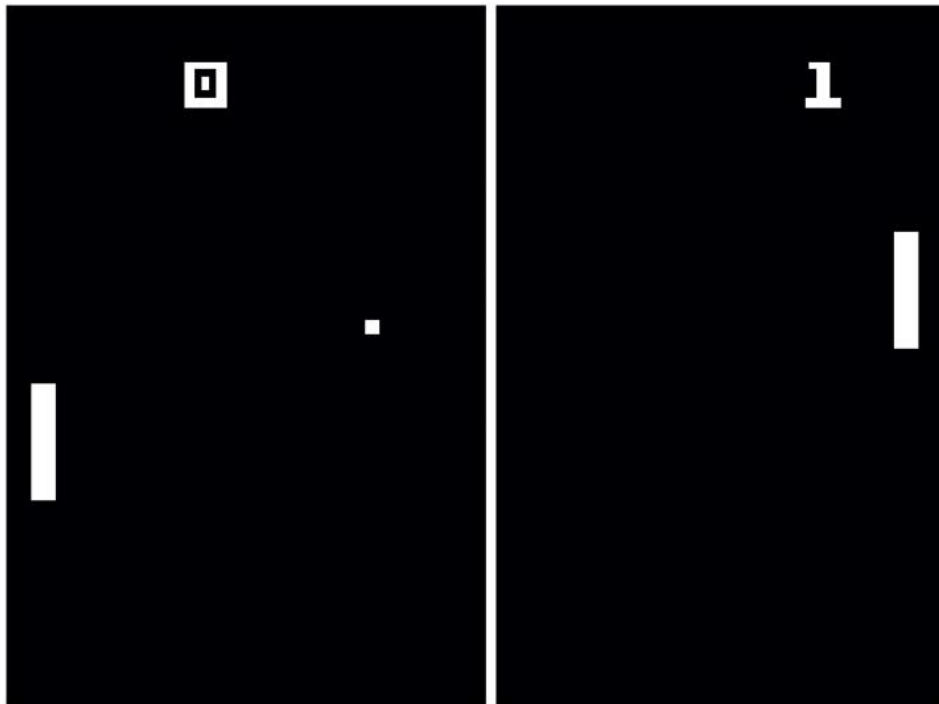


Abbildung 2: Das klassische Videospiel „Pong“<sup>23</sup>

Der Erfolg des Spiels ist den simplen Spielregeln geschuldet. Allein gegen den Computer oder im Duell gegen einen Kontrahenten, versucht der Spieler den weißen Punkt hinter den gegnerischen Balken zu bekommen. Wer als erster Spieler die Punktzahl 15 erreicht, gewinnt das Spiel. Der Grundstein für das gegenseitige Kräfteressen ist damit gelegt. Mit „Pong“ war der Schritt für die Heimkonsolen frei und somit einem Millionenpublikum zugänglich. Der erste nachweisbare kommerzielle Erfolg ist dabei sicherlich das Atari „Pong“-Heimvideospielsystem.<sup>24</sup> Weitere Spiele in den folgenden Jahren waren zum Beispiel „Night Driver“, „Asteroids“ oder „Lunar Lander“. Das Game „Space-Invaders“ von Atari gilt als erstes Spiel, das für ein eSport-Turnier benutzt wurde. Bill Heineman gewann den Wettbewerb 1980 in New York und darf sich damit als erster Gewinner einer eSport-Veranstaltung bezeichnen. Als Prämie erhielt Heinemann kein Geld, sondern ein Tischvideospiel.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> [http://netzspannung.org/cat/servlet/CatServlet/\\$files/273800/weinberg\\_01-Kopiejpg.jpg](http://netzspannung.org/cat/servlet/CatServlet/$files/273800/weinberg_01-Kopiejpg.jpg), [22.06.2017].

<sup>24</sup> Vgl. Pfeiffer/Wochenalt, 2011, S.84f..

<sup>25</sup> Vgl. <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].



Abbildung 3: Das erste eSport-Turnier in New York, USA.<sup>26</sup>

Bereits im darauffolgenden Jahr gründete sich das U.S National Video Game Team. Der Zusammenschluss der Spieler war das Resultat der damaligen Highscoreliste des Spiels „Twin Galaxies“. Durch mehrere Touren, quer durch die USA, wurde das kompetitive Gaming der Bevölkerung erstmals nähergebracht und wurde mit einigen Ergebnissen auch im Guinness-Buch der Rekorde aufgenommen. Diese neue Art des Wettbewerbs gipfelt im Jahr 1984 in der ersten Weltmeisterschaft. Unter anderem trat neben den USA und Japan auch Großbritannien und Italien an.<sup>27</sup> Neben den Action-Spielen gab es aber auch andere Genres, die das Licht der Videospieldwelt erblickten. Eines der bekannteren Games ist die Weiterentwicklung des von William Crowther entwickelten Spiels „Adventure“. Hierbei muss der Spieler auf vollendete Tatsachen mit Verben oder Hauptwörtern reagieren. Die Masse an Spielen stieg rapide an, was gleichzeitig Probleme offenbarte.

*„Die noch junge Branche wuchs in den USA ungebremsst und verzeichnete ein Rekordergebnis nach dem anderen. Geblendet von der positiven*

---

<sup>26</sup> <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].

<sup>27</sup> Vgl. ebenda.



*Marktentwicklung produzierten viele Unternehmen zu große Stückzahlen qualitativ minderwertiger Software, die die Lager füllten, aber keine Käufer fanden. Durch die ausbleibenden Absätze gingen viele Software-Anbieter und Konsolenhersteller in die Insolvenz. Diese Entwicklung führte 1983 zum großen Crash der nord-amerikanischen Spielebranche, der in einer Bereinigung des Marktes resultierte.“<sup>28</sup>*

Erst Mitte der 80er Jahre kam es zu wieder zu einem Konkurrenzkampf verschiedener Video- und Computerhersteller. Im Bereich der Videokonsolen beschränkte sich der Kampf um die größte Beliebtheit zwischen dem amerikanischen Hersteller Atari und den japanischen Pendanten Sega und Nintendo.<sup>29</sup> Vor allem Letzterer erfreute sich mit dem Nintendo Entertainment System großer Beliebtheit.



Abbildung 4: Das Nintendo Entertainment System.<sup>30</sup>

*„Mit diesen Geräten war es erstmals für den Heimbereich möglich, eine Graphik in den Spielen anzubieten, welche technisch in der Lage war, sehr reduziert Figuren darzustellen, als sogenannte „Pixelgraphik“, d. h. die Auflösung war*

<sup>28</sup> <https://www.biu-online.de/spielgeschichte/>, [22.06.2017].

<sup>29</sup> Vgl. <http://birgitrichard.de/projekt/fsgesenco.html>, [22.06.2017].

<sup>30</sup> <http://www.nintendo.com/images/page/nes-classic/nes-classic-edition.png>, [22.06.2017].

*noch so gering, dass die Quader (Pixel), aus denen sich die Graphik zusammensetzte, als solche deutlich zu sehen waren.“<sup>31</sup>*

Mit den neuen Möglichkeiten der Spielindustrie kam auch der eSport immer weiter ins Rollen. Der japanische Hersteller Nintendo veranstaltete 1990 seine erste Weltmeisterschaft in den USA. Dabei mussten sich mehrere Altersklassen in verschiedenen Spielen wie „Mario Bros“, „Rad Racer“ und „Tetris“ duellieren und erhielten als Gewinner goldene Konsolenelemente.<sup>32</sup> Mit der stetigen Verbesserung und dem immer größeren Aufkommen verschiedenster Spiele erhielt die Entwicklung spezifischer Hauptcharaktere eine immer höhere Bedeutung. Die dabei von den Gamern am ausgiebigsten gefeierten Charaktere sind zu dieser Zeit „Pac-Man“, der erfolgreichste Spielautomat, der italienische Hobbyklempner Mario aus Donkey-Kong oder später der wieselflinke Sonic. Durch ihren Kultstatus waren den Spielehersteller völlig neue Dimensionen eröffnet. Nicht nur, dass durch den Hype diverse Fortsetzungen der Games möglich waren. Vielmehr wurde die Tür in das lukrative Geschäft Merchandise mit Taschen, T-Shirts, Pullover, Poster, Comics etc. geöffnet.<sup>33</sup> Neben den klassischen Adventure-Games entwickelten sich über die Jahre auch andere Genres weiter. Renn- und Sportspiele konnten auf Grund der verbesserten Grafik für die Masse ansehnlich dargestellt werden. Ähnlich verhält es sich mit den Strategiespielen. Der PC erfreute sich vor allem in den 90er Jahren immer größerer Beliebtheit.

*„Durch die sinkenden Hardwarepreise konnten sich nun auch Menschen aus der Mittelschicht einen Computer leisten. Damit gewann die Spieleindustrie einen erheblichen Zuwachs an Spielern. Auch das Internet wurde ausgebaut und günstiger. Es gab aber immer noch keine Flat Rate, die den Internetzugang unbegrenzt möglich machte, jedoch sanken die Nutzungsgebühren von Jahr zu Jahr.“<sup>34</sup>*

---

<sup>31</sup> Vgl. <http://www.nintendo.com/images/page/nes-classic/nes-classic-edition.png>, [22.06.2017].

<sup>32</sup> Vgl. <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].

<sup>33</sup> Vgl. Pfeiffer/Wochenalt, 2011, S.88.

<sup>34</sup> <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].

Ab dem Jahr 1993 ist es der breiten Bevölkerung möglich, sich über Modem und einem verfügbaren Telefonanschluss mit dem Internet zu verbinden. Handelsübliche Spiele boten zu dieser Zeit bereits die Möglichkeit, sich über einen Mehrspielmodus mit anderen Spielern weltweit zu messen, jedoch macht diese Einstellung, auf Grund der langsamen und anfälligen Internetleitung, wenig Sinn.<sup>35</sup> Alternativ entstand zu dieser Zeit das Phänomen „LAN Party“. Über sogenannte LAN-Kabel konnten sich Computerspieler, meist innerhalb eines Raumes, über das selbe Netzwerk verbinden und sich somit, zusammen oder gegeneinander, in den virtuellen Welten duellieren. Vor allem in den 90er Jahren nahmen diese Treffen stetig zu und wurden zum Massenevent. In zeitlich kurzen Abständen wurden regelmäßig neue Rekorde aufgestellt. Im Winter 1998 stellte die „Gamers Gathering“ in Duisburg mit 1600 Teilnehmer neue Maßstäbe. Es folgte die „Breaking Normality“ im darauffolgenden Jahr mit 2500 Teilnehmern, welche durch die in Hamburg stattfindende „NorthCon“ mit 3450 Spielern getoppt wurde. Die DreamHack steigerte diese Zahlen in den kommenden Jahren kontinuierlich und konnte 2012 sogar über 20.000 Menschen nach Schweden locken.<sup>36</sup> Erst durch den Fortschritt der Technik war es den Gamern nun möglich, sich über Onlineserver miteinander zu messen.<sup>37</sup> Local Area Network -Partys verloren zwar nicht ihren Reiz, konnten aber aus professioneller Sicht nicht mehr mithalten.

*„Die Vorteile gegenüber lokalen Netzwerken liegen klar auf der Hand: Online können Gamer sich viel unkomplizierter und weltweit miteinander vernetzen, in überregionalen Clans organisieren und in Online-Ligen gegeneinander antreten.“<sup>38</sup>*

Für die Entwicklung des eSports sind darüber hinaus zwei Spiele von großer Bedeutung. Zum einen das 1993 veröffentlichte Spiel „DOOM“. Das Spiel wurde bereits in den 90er Jahren über das Internet veröffentlicht und besaß einen LAN sowie Onlineservice. Des Weiteren ist das im Jahre 1996 veröffentlichte Spiel „Quake“ eine,

---

<sup>35</sup> Vgl. Götzl/Pfeiffer/Primus, 2008, S.43.

<sup>36</sup> Vgl. [http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt\\_115916373.html](http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt_115916373.html), [28.06.2017].

<sup>37</sup> Vgl. <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].

<sup>38</sup> [http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt\\_115916373.html](http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt_115916373.html), [28.06.2017].

vor allem für den eSport, zu nennende Größe. Das Spiel war auf Grund seiner Machart bei vielen Hobby-Designern beliebt, weil es neben typischen Gegenständen auch Polygonen einsetzte. Das Game setzte in Sachen Mehrspielmodus keine neuen Maßstäbe. Auch in anderen Spielen konnten Spieler über LAN mit- und gegeneinander antreten. Viel mehr war es der ausgelobte Preis des Entwicklers, John Carmack, der die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf das Spiel und den eSport richtete. Carmack stellte seinen persönlichen Ferrari 1997 beim Red-Annihilation-Turnier zu Verfügung und setzte damit einen neuen Maßstab. Für die eSportler ging es nun nicht mehr um kleine Preise wie Konsolenmodule, Tastaturen oder ähnliches, sondern um Warenwerte im sechsstelligen Bereich.<sup>39</sup> Diese Entwicklung lockte zwar immer mehr Menschen zum gemeinschaftlichen spielen in große Hallen, trotzdem blieb die Gamer-Szene weitestgehend unter sich. Erst durch die verbesserte Grafik-Hardware und die sich stetig weiterentwickelnde Internetverbindung, konnte sich der eSport so entwickeln, wie wir ihn heute kennen. Ausgangspunkt dafür war der asiatische Raum. Im Gegensatz zu Europa gab es, vor allem in Südkorea, viele Internetcafés mit bereits gut funktionierenden Internetverbindungen. Da die Zollgebühren für Konsolen verhältnismäßig hoch waren, spezialisierten sich große Teile der Bevölkerung auf das computerbasierte Spielen. Mit der Veröffentlichung des Spiels „Warcraft: Orcs & Humans“ 1994 und dem vier Jahre später erschienenen „StarCraft“ vom Publisher „Blizzard“, wurde in Südkorea ein wahrer Sturm der Begeisterung losgetreten.

*„Bereits 2000 wurde hier der erste nationale E-Sports-Verband (Korean e-Sports Association, kurz: KeSPA) gegründet, um E-Sport finanziell zu fördern und Turniere mit hohen Preisgeldern zu ermöglichen.“<sup>40</sup>*

In anderen Teilen der Welt war es vor allem das Computerspiel Counter-Strike, welches sich immer größerer Beliebtheit erfreut.<sup>41</sup> Anfang der 2000er Jahre zogen die Konsolen in Sachen Online-Service nach. Mit der Playstation 3 von Sony, der Xbox 360 von Microsoft wurde erstmals der Fokus auf den online basierenden Multispielermodus gelegt.

---

<sup>39</sup> Vgl. [http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt\\_115916373.html](http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt_115916373.html), [28.06.2017].

<sup>40</sup> Vgl. [http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt\\_115916373.html](http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt_115916373.html), [28.06.2017].

<sup>41</sup> <https://www.summoners-inn.de/de/news/34487-entwicklung-esport-part-2>, [22.06.2017].

*„Die einfachere Kommunikation führte außerdem dazu, dass sich viele Spieler zu Clans zusammenschlossen, welche als eine Art Mannschaft im Bereich des eSports agieren. Heutzutage findet man sogar eigentlich ausschließlich solche Clans in den professionellen Ligen des eSports, die sich zudem zu richtigen Organisationen entwickelt haben.“<sup>42</sup>*

Die Wii von Nintendo überzeugte darüber hinaus mit den neuartigen Bewegungssteuerungskonzepten. Von den genannten Konsolen ist sie die familienfreundlichste Unterhaltungsmöglichkeit. Spätestens durch diese Neuerung konnte der pessimistisch betrachtete Videospielruf abgelegt werden. Ganze Familien konnten nun im Wohnzimmer miteinander und generationsübergreifend spielen. Damit liefen die Konsolen in den 2000er Jahren den Heimcomputern zunächst den bedeutendsten Teil des Marktes ab.<sup>43</sup>

*„Im Kontrast dazu wurde die Welt der PC-Spiele von einem neuen Trend erobert: Dem Massively Multiplayer Online-Spiel (MMO), in dem dank leistungsstarker Server und Breitband-Internet tausende von Spielern weltweit zusammen phantastische Welten bereisen konnten. Vorzeige-Beispiel dieses Trends ist bis zum heutigen Tag das Online-Rollenspiel „World of Warcraft“ von Activision Blizzard, das nach seiner Veröffentlichung 2004 schon bald eine treue Millionen-Gefolgschaft an Spielern um sich scharte. Der Höhepunkt wurde 2010 mit mehr als 12 Millionen Spielern weltweit erreicht.“<sup>44</sup>*

Immer beliebter wurden auch Spiele für unterwegs. So konnte Nintendo schon in den 90er Jahren mit dem Game Boy positive Verkaufszahlen generieren, setzte 2011 mit dem Nintendo 3DS weitere Maßstäbe und konnte in jüngster Vergangenheit mit einer neuartigen Version von „Pokémon“ weltweit Rekorde brechen<sup>45 46</sup>. Mit Konsolen wie der Wii U, der Xbox One und der Playstation 4 wurden auch in den darauffolgenden Jahren weitere Erfolge für die Hersteller verzeichnet. Der eSport profitierte von dieser

---

<sup>42</sup> <http://www.ingame.de/artikel/der-trend-des-esports/2/>, [22.06.2017].

<sup>43</sup> Vgl. <https://www.biu-online.de/spielgeschichte/>, [22.06.2017].

<sup>44</sup> <https://www.biu-online.de/spielgeschichte/>, [22.06.2017].

<sup>45</sup> Pokémon Go verzeichnete in nur kurzer Zeit über 5 Bestmarken, die allesamt im Guinness Buch der Weltrekorde zu finden sind.

<sup>46</sup> <http://www.bild.de/spiele/spiele-news/pokemon-go/pokemon-go-rekorde-47631948.bild.html>, [23.06.2017].

Entwicklung und konnte neben dem PC, nun auch auf den Konsolen onlinebasierende Turniere und Ligen bestreiten. Bahnbrechend für die letzten Jahre und der scheinbar endlosverlaufenden Erfolgsgeschichte der Gamer-Branche steht der Free-to-Play<sup>47</sup> Markt, in welchem sich auch das momentan meistgespielte Game, „League of Legends“, wiederfindet. Hierdurch können auch kleine Entwicklerstudios ihre Produkte vertreiben und schneller reagieren. Das einstige Spiel ist mitunter gar nicht mehr das Hauptaugenmerk der Hersteller.

*„Insgesamt bewegt sich der Markt zunehmend auf einen Distributionswandel zum Download-Geschäft hin. Besonders der Online-Verkauf von virtuellen Gütern und Zusatzinhalten boomt.“<sup>48</sup>*

Abbildung 5 zeigt dabei den rasanten Anstieg digitaler Spiele, die pro Jahr über Onlinedienste heruntergeladen werden. Der steigende Prozentsatz ist dabei ein Indiz für das momentane Kaufverhalten der deutschen Bevölkerung.

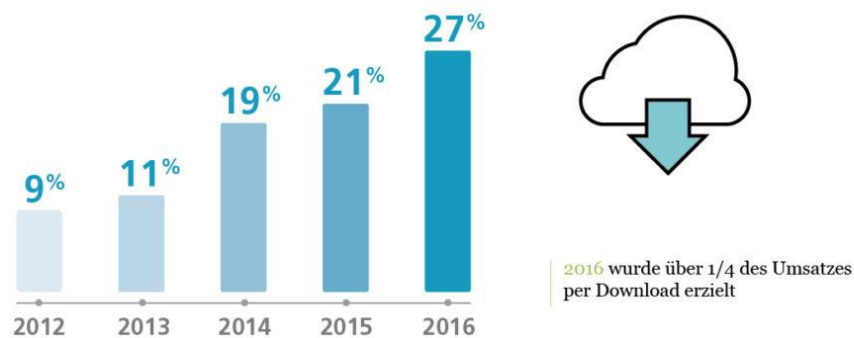
---

<sup>47</sup> Mit Free-to-Play sind Spiele gemeint, die vor allem zu Beginn noch oder in frühen Phasen eines Spiels kostenlos sind.

<sup>48</sup> <https://www.biu-online.de/spielgeschichte/>, [22.06.2017].

## Kauf digitaler Spiele per Download

### Anteil am Umsatz bei PC- und Konsolenspielen



Quelle: Berechnungen auf Grundlage des GfK Consumer Panels (2015/2016; n=25.000)  
© BIU/GfK 2017



Abbildung 5: Kauf digitaler Spiele in Deutschland per Download 2015<sup>49</sup>

Parallel zu dieser Entwicklung hat sich der eSport mit- und weiterentwickelt. Doch festzuhalten bleibt, dass ohne die Entwicklung der Computernetzwerke und des Internets, der eSport sich nie hätte so etablieren können, wie wir ihn heute kennen. Die Zeiten, in der Spieler in kleinen Hallen mit schlechten Bedingungen kämpfen mussten, sind vorbei. Mit dem Beginn der 2000er, der stetigen Verbesserung des Internets und der zunehmenden Verbreitung der Onlinespiele, fanden zur Jahrtausendwende die ersten World Cyber Games<sup>50</sup> im sogenannten Mutterland des eSport, Südkorea, statt.

<sup>49</sup> <https://www.biu-online.de/marktdaten/kauf-digitaler-spiele-per-download-2016-anteil-am-umsatz/>, [23.07.2017].

<sup>50</sup> Diese kann als erste Gaming-Weltmeisterschaft angesehen werden.

Bereits zu dieser Zeit ist das mediale Interesse in Asien deutlich höher, als in anderen Ländern. eSportler können dort, und später im restlichen Teil der Welt, neben dem eigentlichen Spielen auch durch den Job des Kommentators oder als Streamer zu großen Ruhm gelangen. Selbst die Wirtschaft reagiert auf den zeitlichen Wandel. In vier Jahren wurden bis zu 200.000 neue Arbeitsplätze rund um die Gaming-Branche geschaffen. Die erfolgreichen eSportler werden im asiatischen Raum gefeiert wie Popstars. Jahreseinkommen bis zu 800.000 US-Dollar sind keine Seltenheit. Drei Jahre später finden auch in Europa mit dem ersten Electronic Sports World Cup professionelle Wettkämpfe statt. Global gesehen nimmt mit Verlauf der Zeit die Euphorie und Akzeptanz in Sachen eSport deutlich zu. Turniere, Weltmeisterschaften und nationale Wettkämpfe entwickelten sich bis heute zu Massenevents. Nationale Verbände und Gremien wurden gegründet. Spätestens ab dem Jahrtausendwechsel und Entwicklung des Webs 2.0 ist der eSport nicht mehr aufzuhalten. Die Preisgelder überschlagen sich und haben bereits seit 2005 die Millionengrenze überschritten. Die Folge sind ausverkaufte Hallen über den gesamten Globus. Millionenzuschauer können durch Livestream-Portale wie Twitch oder YouTube, trotz größter Entfernungen, miteinander Spiele verfolgen. Eine weltweite Akzeptanz wird geschaffen, die ihren Höhepunkt noch nicht erreicht hat.<sup>51</sup> Der eSport hat sich aus seinem Kinderzimmer befreit und sich auf den Weg gemacht, die gesamte Welt in seinen Bann zu ziehen. Die vorliegende Arbeit soll in den nächsten Punkten erläutern, welches Genre dabei im Fokus steht und wie es die Branche geschafft hat, sich zu professionalisieren.

## 2.3 Genreeinteilung

Computerspiele fordern den Casual- und Profigamer zwar im unterschiedlichen Maße, die Intention, warum das Spiel einmal begonnen wurde, ist allerdings nahezu identisch. Die Liebe zum virtuellen Spiel lässt bei allen Beteiligten die Emotionen hochschlagen. Doch nicht jedes Spiel ist gleich. Wie schon im Kapitel 2.2 angesprochen, haben sich über die Zeit verschiedene Spielgenre entwickelt. Die unterschiedliche Spielmotivation

---

<sup>51</sup> <https://spielkultur.ea.de/themen/gaming-und-communities/disziplinen-im-esport/>, [23.07.2017].



mündete in spezifische Arten. Im Folgenden sollen die Hauptgenres benannt und erläutert werden.

### 2.3.1 Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)

Das momentan schnell wachsende Genre umfasst die Multiplayer Online Battle Arena (MOBA). Es ist im Grunde eine Weiterentwicklung der Echtzeit-Strategie Spiele (RTS)<sup>52</sup>.

*„Das MOBA-Genre findet seine Ursprünge in "Defense of the Ancients" (kurz DotA), einer Modifikation für das beliebte Echtzeitstrategiespiel Warcraft 3. Diese Mod ist 2003 erschienen und wurde seitdem zunehmend verfeinert und immer öfter in eSports-Turnieren genutzt. Es folgten weitere MOBA-Titel wie Demigod (2009), League of Legends (2009), Heroes of Newerth (2010) und schlussendlich DotA 2 (2013).“*<sup>53</sup>

Alle Spiele unterliegen einem ungefähr ähnlichen Konzept. Ziel ist es, die eigene Basis gegen feindliche Gegner zu verteidigen und die feindliche Basis zu zerstören. Jedes Team besitzt fünf Spieler, Helden oder Champions, und wird darüber hinaus von sogenannten „Minions“<sup>54</sup> unterstützt. Alle Helden gibt es vier verschiedene Eigenschaften, die für das jeweilige Team nützlich sind. Die Welten bestehen aus drei großen Hauptwegen, Lanes genannt. Auf dem Weg zur gegnerischen Basis gibt es mehrere Verteidigungstürme, die im Laufe des Spiels zerstört werden müssen. Durch Töten der Gegner, Zerstörung der Türme oder Minions gibt es eine Belohnung. In den meisten Fällen ist es Gold. Durch das Gold können spezielle Fähigkeiten schneller erworben und für das jeweilige Team eingesetzt werden. Die taktische Herausforderung ist es, schneller und stärker als das gegnerische Team zu sein. Stirbt ein Held, wird er erst nach einer festgelegten Zeit wieder ins Spiel zurückgeholt. Das schwächt das Team und kann mitunter zur Zerstörung der Basis und der damit gleichbedeutenden Niederlage führen. In der Regel dauert diese Art vom Spiel zwischen 30 und 50 Minuten. Neben dem relativ leicht verständlichen Regelwerk, ist das Genre vor allem durch das Free-to-Play Prinzip extrem erfolgreich. Teil des

---

<sup>52</sup> Abkürzung für Real-time strategy.

<sup>53</sup> <http://www.spielbar.de/neuigkeiten/146148/moba-ein-spielgenre-im-trend>, [23.06.2017].

<sup>54</sup> Minions sind computergesteuerte Einheiten, die in zeitlich vorgeschriebenen Abständen für jedes Team zu Verfügung stehen und Schaden am Gegner anrichten.

wirtschaftlichen Erfolgs sind Zusatzdienste. Jeder Gamer kann, wenn die Lust danach verlangt, seine Charaktere im Aussehen verändern oder schneller im Level steigen. Dafür muss im Gegensatz zum Free2-Play jedoch Geld investiert werden.<sup>55</sup>

### 2.3.2 First-Person-Shooter (FPS)

Der First Person Shooter (FPS) gehört auf Grund seiner auf mehreren Plattformen funktionierenden Eigenschaft zu einem der beliebtesten Genres überhaupt. Der Spieler schlüpft dabei in die Ich-Perspektive und verfolgt auf sich allein gestellt, oder im Team, verschiedene Aufgaben. Nicht selten steht auch die Third-Person-Ansicht zu Verfügung, wodurch sich der Spieler dicht hinter dem spielenden Charakter befindet. Generell geht es in solchen Spielen um die Rettung der Welt oder Lösen eines politischen Konfliktes. Darüber hinaus sind der Vorstellungskraft der Hersteller kaum Grenzen gesetzt. Die Spieler müssen in abgesteckten Welten zwischen unbelebten Objekten allerhand feindliche Gegner töten und sich dabei auf ihre Reaktionsgeschwindigkeit verlassen. Egal ob PC oder Konsole, fast alle Spiele verfügen dabei über einen Single-Player und- oder Multiplayermodus. Im Singleplayer widmet sich der Gamer einer vom Hersteller vorgeschriebenen Mission, im Multiplayer richtet sich der Fokus dagegen auf das Duell gegen andere Spieler. Vor allem der Multiplayerwettstreit zwischen verschiedenen Teams macht den FPS so attraktiv. Es wird beim Aufeinandertreffen binnen weniger hundertstel Sekunden entschieden, wer die bessere Reaktionsgeschwindigkeit besitzt und somit das Duell für sich entscheidet. Im eSport sind solche Matches meist auf mehrere Runden und Spiele (Best of Serie) ausgelegt. Dabei hat sich der Spielmodus „Suchen und Zerstören“ als erfolgreichster herauskristallisiert. Zwei Mannschaften á fünf Spieler müssen entweder zwei spezielle Punkte auf der Karte verteidigen oder mit Hilfe einer Bombe zerstören. Für die Angreifer reicht es dabei aus, einen der zwei Punkte zu zerstören. Je nach Erfolg, kann in den nächsten Runden besseres Equipment erkaufte werden, um im direkten Duell im Vorteil zu sein. Dabei kommt es auf eine ausgeklügelte Taktik, funktionierende Kommunikation und blitzschnelles Reaktionsvermögen an. Die zu Verfügung stehenden Karten sind meist nach einem ähnlichen Prinzip aufgebaut. Einziger Unterschied sind Tageszeit, Location und Nationalität.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Vgl. <http://www.spielbar.de/neuigkeiten/146148/moba-ein-spielgenre-im-trend>, [23.06.2017].

<sup>56</sup> Vgl. Schumann, 2013, S.28f.

### 2.3.3 Real-Time-Strategy (RTS)

Real-Time-Strategy Spiele gehören zu den ältesten Genres überhaupt. Neben dem Rollenspiel ist diese Gattung mit Initiator des eSports. Vor allem in Asien ist der Zuspruch nach wie vor ungebrochen und erfreut sich größter Beliebtheit. Ähnlich wie bei anderen Genres gibt es auch hier Single- und Multiplayer. Die im Vergleich zu anderen Spielen verhältnismäßig großen Welten sind von der Ansicht her gleich aufgebaut, jedoch unterscheiden sie sich stark vom Wetter, Ambiente, Tageszeit sowie Zeitalter. Generell setzen RTS-Games auf das Duell „eins gegen eins“. Gespielt werden kann gegen den Computer oder einen anderen Kontrahenten. Zu Beginn einer Runde werden beide Spieler an verschiedenen Punkten der Karte positioniert. Hauptaufgabe ist das Sammeln von Ressourcen, Einheiten zu bauen und seine Struktur taktisch so gut aufzubauen um schlussendlich den Gegner zu besiegen. Dabei können mehrere strategische Varianten gespielt werden wie das Belagern oder der frontale Angriff. Jeder Spieler hat dabei die Kontrolle über eine ganze Basis. Es erfordert kluges Vorausdenken und große Übersicht. Generell werden solche Spiele fast ausschließlich auf dem PC gespielt, weil die Controller einer Konsole mit der Schnelligkeit der Tastatur und nicht mithalten kann. Zwar gehört das Genre immer noch zu den Zugpferden des eSport, jedoch verliert es seit einigen Jahren an Bedeutung. Geschuldet ist es dem Spielmodus „eins gegen eins“. Moderne eSport-Titel setzen auf Teamplay, was in RTS-Spielen nicht der Fall ist.

### 2.3.4 Sportspiele

Die Simulation des Sports ist mit der Entwicklung der Games-Industrie stetig mitgewachsen. Trotzdem hinkt das Genre im eSport deutlich hinterher. Noch lange werden keine Stadien oder Hallen gefüllt wie beim FPS oder MOBA. In der jüngsten Vergangenheit hat sich die Situation aber etwas gebessert. Spiele aus dem Bereich Fußball, Basketball, Eishockey, Boxen und Football versuchen den Abstand im Vergleich zu den bereits erfolgreichen Spielen zu verkleinern. Das Genre verspricht detailgetreue Authentizität und sucht neben dem klassischen Singleplayer den Zugang zum Multiplayer.<sup>57</sup> Für sportaffine Sender wie Sport1 und Sky spiegelt dieser Fakt eine große Möglichkeit, den Sendeplatz mit dem virtuellen Genre zu vergrößern. Sky übertrug zum Beispiel 2016 das Finale der virtuellen Bundesliga, jedoch noch ohne

---

<sup>57</sup> <https://www.biu-online.de/genre-kunde/>, [23.06.2017].

---

nachweisbarer Zuschauerquote. Die positive Entwicklung der Sportspiele und die Möglichkeit, eSport auch auf den Konsolen weiter zu fördern, brachte mit unter das weltweit anerkannte Fifa Ultimate Championship-Finale in die Hauptstadt.

### 3 eSport als professioneller Sport

Um über die Professionalisierung des eSport sprechen zu können, sollte im Vorhinein die Zugehörigkeit genauer definiert werden. Wie bereits im Kapitel 2.1 beschrieben, wird die Gamer-Szene in Deutschland nicht als Sport anerkannt. Politik und Experten verweisen dabei auf die Definition des Deutschen Olympischen Sportbundes. Rechtlich gesehen gibt es, nach jetzigem Stand, noch gar keine klare Regelung. 2016 versuchte die Berliner Piratenfraktion etwas Klarheit in die Fragestellung zu bringen. Ein Gutachten brachte dabei die Antwort, dass eSport im rechtlichen Sinne kein Sport wäre.<sup>58</sup> Trotzdem bekennen sich immer mehr Personen des öffentlichen Lebens zum elektronischen Sport und erkennen sein Potential. 2016 bekannte sich einer der prominentesten Basketballer unserer Zeit, Shaquille O'Neal, zum finanziellen Einstieg in die eSport-Branche. Neben dem Team Sacramento-Knights hat er als einer der ersten Personen in NRG<sup>59</sup> eSports investiert.<sup>60</sup> <sup>61</sup> Darüber hinaus lässt auch die Politik hierzulande Hoffnung aufkommen. Im aktuellen Regierungsprogramm der SPD heißt es, dass die Spielebranche Neues erfahrbar mache und Brücken bauen könne.

*„Kultur macht Neues erfahrbar, baut Brücken zu Unbekannten und kann für mehr Verständigung sorgen. Die Ausdrucksformen sind vielfältig – wie unser Kulturverständnis- Klassische Orchester gehören dazu, genau wie Laienchöre, Rock- und Popmusik, die elektronische Musik, Museen, soziokulturelle Zentren, Theater, Kinos und Literatur und die Spielebranche.“*<sup>62</sup>

Dies ist zwar noch kein klares Bekennen, trotzdem hat es den Anschein, als wäre auch die Politik nicht abgeneigt, dem eSport eine größere Bedeutung zu zuordnen. Eher scheinen allgemein herrschende Vorurteile das Problem zu sein. Drei der hauptsächlich geäußerten Bedenken sind:

---

<sup>58</sup> Vgl. <http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosbgl>.  
<http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosb>, [26.06.2017].

<sup>59</sup> NRG eSports ist ein professionelles eSport-Team aus Nord-Amerika.

<sup>60</sup> Vgl. <https://www.summoners-inn.de/de/news/38033-neue-investoren-bei-nrg-esports?gotopost=2832320>, [26.06.2017].

<sup>61</sup> NRG eSports ist ein Nord-Amerikanisches Team, was sich in mehreren Genres versucht zu etablieren.

<sup>62</sup> <https://twitter.com/search?q=%23eSports&src=typd>, [26.06.2017].

- sportliche Ertüchtigung
- Gewaltverherrlichung
- Struktur

Für viele Menschen ist eSport vor allem durch den Faktor „sportliche Ertüchtigung“ kein fachgemäßer Sport. Das ist, genauer betrachtet, und hier muss man klar zwischen Hobbygamer und professionellem Sportler trennen, falsch. Der eSport ist seit langer Zeit dem Ruf des ungesunden und krankmachenden Hobbys entflohen. Die Teams arbeiten mittlerweile mit mehreren Trainern und Psychologen zusammen. Es gibt eigens beauftragte Köche, die sich um eine gesunde und ausgewogene Ernährung kümmern. Außerdem werden Physiotherapeuten eingesetzt, um typische Probleme wie Gelenk- oder Rückenschmerzen vorzubeugen.<sup>63</sup> Darüber hinaus ist seit Jahren bewiesen, dass Profigamer über ausgeprägtere Auge-Hand-Koordinationen verfügen und auch im taktischen Verständnis besser urteilen können als die breite Bevölkerung. Mit bis zu 400 Aktionen pro Minute bewegt sich der eSport damit auf Höchstleistungsniveau. Darüber hinaus ist laut der Deutschen Sporthochschule Köln bei professionellen Spielern nachgewiesen, dass der Cortisolspiegel, ein Hormon was für beim Stressabbau freigesetzt wird, auf dem Niveau von Rennfahrern liegt. Außerdem ist die Herzfrequenz mit 160-180 Schlägen pro Minute deutlich erhöht, was einem sehr schnellen Lauf ähnelt.<sup>64</sup> Andere Sportarten mit deutlich weniger körperlichen Eigenschaften wie Schach, Dart oder Minigolf werden laut DOSB jedoch als Sport anerkannt.<sup>65</sup> Des Weiteren scheint auch der zweite Punkt, einige Spiele seien zu stark gewaltverherrlichend, zeitgemäß überholt.

*„Fakt ist, dass Counterstrike zu den vier beliebtesten eSports-Titeln gehört. Deswegen gibt es auch mal locker Preisgelder im Millionenbereich – im Übrigen zusätzlich zu einem durchschnittlichen Basisgehalt von ca. 55.000€ bis 90.000€. Wer darüber nachdenkt, wird sich Folgendem bewusst: So viel Geld verdient man nicht durch sinnlos aggressives Verhalten, sondern eher durch*

---

<sup>63</sup> Vgl. <https://www.rbb-online.de/sport/beitrag/2017/04/esports-wird-zum-profi-sport.html>, [14.07.2017].

<sup>64</sup> Vgl. ARD, Samstag, 12.11.2016, 50min, <http://www.ardmediathek.de/tv/Sportschau/e-Sport-vom-Schmuddelkind-zum-Shooting/Das-Erste/Video?bcastId=53524&documentId=38902374>, [26.06.2017].

<sup>65</sup> Vgl. <http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosb>, [26.06.2017].

*technische Versiertheit, Reflexe und vor allem eins: ein hohes Maß an taktischem Denkvermögen – im und mit dem Team!“<sup>66</sup>*

Außerdem könnten unter diesem Aspekt Sportarten, die seit Jahrzehnten im olympischen Programm vertreten sind wie Fechten, Boxen oder Judo, ähnlich kritisch betrachtet werden. Viel eher ist dieses Phänomen eine rein nationale Angelegenheit. In Asien zum Beispiele werden eSport-Titel bereits in naher Zukunft zum Programm einiger Großevents hinzugefügt.

*„Bereits in diesem Jahr soll E-Sports bei den Asian Indoor & Martial Arts Games (AIMAG) vertreten sein – wenn auch nur als Demonstrationssport. Gleiches gilt für die Asienspiele 2018 in Jakarta und Palembang (Indonesien). 2022 werden E-Sportarten dann ganz offizielle Medaillen-Disziplinen.“<sup>67</sup>*

Ein deutliches Zeichen für den positiven Trend der Branche. Neben den Olympischen Sommerspielen sind die Asienspiele mit rund 10.000 Athleten zweitgrößtes Sportevent. Nicht zuletzt wurde bei der Abschlusszeremonie der Spiele in Brasilien 2014 deutlich, wie sehr die Wertschätzung im Hinblick auf den eSport im Fokus steht. Dort konnten die Zuschauer bei einem eingespielten Video Figuren aus dem beliebten Spiel „PAC-MAN“ bestaunen und einen Klempner in roter Uniform durchs Bild sprinten sehen.<sup>68</sup> Selbst der japanische Premierminister war sich nicht zu schade und trat im Stadion für kurze Zeit als Wahrzeichen des japanischen Konsolen- und Videospieleherstellers „Nintendo“ auf. Trotzdem erkennt der DOSB in Deutschland eSport weiterhin nicht als Sport und sieht auch in naher Zukunft keinen Handlungsbedarf.

*„Selbst wenn E-Sport die ersten beiden Aufnahmekriterien erfüllen sollte, müsste die Szene deutlich wachsen. Damit ein E-Sport-Spitzenverband offiziell anerkannt wird, muss er nämlich erst einmal in mindestens acht Bundesländern als Landesverband existieren und insgesamt 10.000 Mitglieder aufweisen. Auch müsste er nachweislich gemeinnützig handeln.“<sup>69</sup>*

---

<sup>66</sup> <http://www.horizont.net/marketing/kommentare/eSports-3-Vorurteile-gegenueber-eSports-die-stimmen-Und-was-daran-gut-ist.-159084>, [26.06.2017].

<sup>67</sup> <https://www.heise.de/newsticker/meldung/E-Sport-wird-2022-Teil-der-Asienspiele-3688217.html>, [26.06.2017].

<sup>68</sup> Vgl. <http://www.pcgames.de/Kurioses-Thema-205466/News/Japan-Ministerpraesident-Super-Mario-Olympia-1205476/>, [26.06.2017].

<sup>69</sup> . <http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosb>, [26.06.2017].

Doch ob der elektronische Sport solche Strukturen überhaupt braucht, bleibt auf Grund seines aktuellen Erfolgs dahingestellt. Die meisten Hobbygamer benötigen für die Ausübung onlinebasierender Games keinen Verband. Im Gegensatz zu anderen Sportarten organisiert sich die Gamer-Szene weitestgehend privat. Trotzdem scheint genau der Aspekt, der nicht nachzuvollziehenden Strukturen, ein größeres Hindernis im Aufnahmekriterium des DOSBs zu sein. Transparenz und Struktur, wann ein Spieler zum Beispiel den Übergang zum Profi bewältige, sei nicht ersichtlich. Darüber hinaus fehle ein nachvollziehbares Jugendförderprogramm. Erst dann könne der eSport hinsichtlich der Satzung akzeptiert werden. Die Vorteile sind offensichtlich.

*„(...) etwa die Bereitstellungen von Sportanlagen und die Vermietung landeseigener Grundstücke. Das wäre für E-Sport-Verbände vermutlich weniger wichtig als unentgeltliche Leistungen der Verwaltungen, Anerkennung ehrenamtlicher Arbeit und steuerliche Ermäßigungen wie die teilweise Befreiung von der Körperschafts- und Gewerbesteuer im Sinne der Gemeinnützigkeit. Die Abhängigkeit von Sponsoren würde sinken und damit stünde neuen, offeneren Verbandsstrukturen der Weg frei.“<sup>70</sup>*

Außerdem könnte der Mix der Teamzusammenstellung aus internationalen Spieler erleichtert werden. Aufenthaltsgenehmigungen könnten durch die Anerkennung als Sport schneller durchgesetzt werden, da dieser Aspekt der Berufssportler nicht von der Bundesagentur für Arbeit überprüft werden müsse.<sup>71</sup> Entscheidend bei der Fragestellung ist, ob der eSport den Zuspruch als anerkannte Sportart braucht oder nicht. Mit der Sicht auf das aktuelle Wachstum und dem bereits beschriebenen Erfolg, bleibt das nicht klar zu beantworten. Vielmehr soll im folgenden Teil der Arbeit ersichtlich gemacht werden, warum es der elektronische Sport trotz der Nichtberücksichtigung als Sport geschafft hat, sich als Marke zu etablieren und in der Welt immer populärer zu werden.

---

<sup>70</sup> <http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosb/seite-3>, [26.06.2017].

<sup>71</sup> Vgl. <http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosb/seite-3>, [26.06.2017].



### 3.1 Aktueller Hype und Aussicht

Wie in den vergangenen Kapiteln bereits beschrieben, ist der eSport durch die Weiterentwicklung der Spielewelt in seiner eigenen Entstehung vorangeschritten. Der große Durchbruch gelang jedoch erst durch die globale Vernetzung, den damit einhergehenden Flatrates und der Professionalisierung. Wie zuvor in den vorherigen Kapiteln beschrieben, liegt der Ursprung in Südkorea. Durch die Gründung der Korean eSport Association wurde im Jahre 2000 zum ersten Mal in der Geschichte des elektronischen Sports ein Verband gegründet. Viele Länder der Welt folgten darauf dem asiatischen Vorbild. Deutschland hat seit 2011 keinen Verband. Grund sind interne Unstimmigkeiten. Trotzdem hat sich der eSport in den letzten 15 Jahren enorm entwickelt. Grund dafür sind unter anderem internationale Ligen. Die älteste und gleichzeitig erfolgreichste Liga ist die „Electronic Sports League“. Die vom Unternehmen „Turtle Entertainment“ gegründete Liga ist in Europa die wichtigste Computerspiel-Liga und ist für den weltweiten Hype mitverantwortlich. Mit mehr als sechs Millionen Mitgliedern und weit über einer halben Million Teams verfügt die ESL über ein riesiges Netzwerk. Neben der europäischen Liga werden weitere Ligen und Turniere hauptsächlich vom Spielehersteller selbst organisiert. Zu nennen sind hier „Blizzard“, „Valve“ und vor allem „RIOT“. Preisgelder im Millionenbereich steigen von Jahr zu Jahr. 2016 schüttete der Entwickler von „Dota 2“, eines der meistgespielten Spiele im MOBA-Bereich, ganze 20 Millionen US-Dollar aus. Das Gewinnerteam erhielt dabei neun Millionen US-Dollar. Allein diese Entwicklung zeigt den momentanen Trend der Szene. Durch die stetige Professionalisierung kann eine Vielzahl an Gamern, ähnliche wie Profis aus anderen Sportarten, vom Beruf als eSportler leben. Durch die Preisgelder, Werbeverträge und monatliche Gehälter, die bereits von vielen Teams ausgeschüttet werden, ist das Profigeschäft enorm gewachsen. Das Interesse von lukrativen Investoren ist vor allem in den letzten fünf Jahren immens angestiegen. Große Unternehmen wie Samsung, Audi, Intel oder auch RedBull investieren in Teams und Turniere. Dazu wird im Kapitel 3.3 der Arbeit nochmals explizit Stellung bezogen. Ein weiterer Faktor für den Erfolg sind die wachsenden Zuschauerzahlen und der damit steigende Umsatz.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Vgl. Esser et al., 2016, S.5.

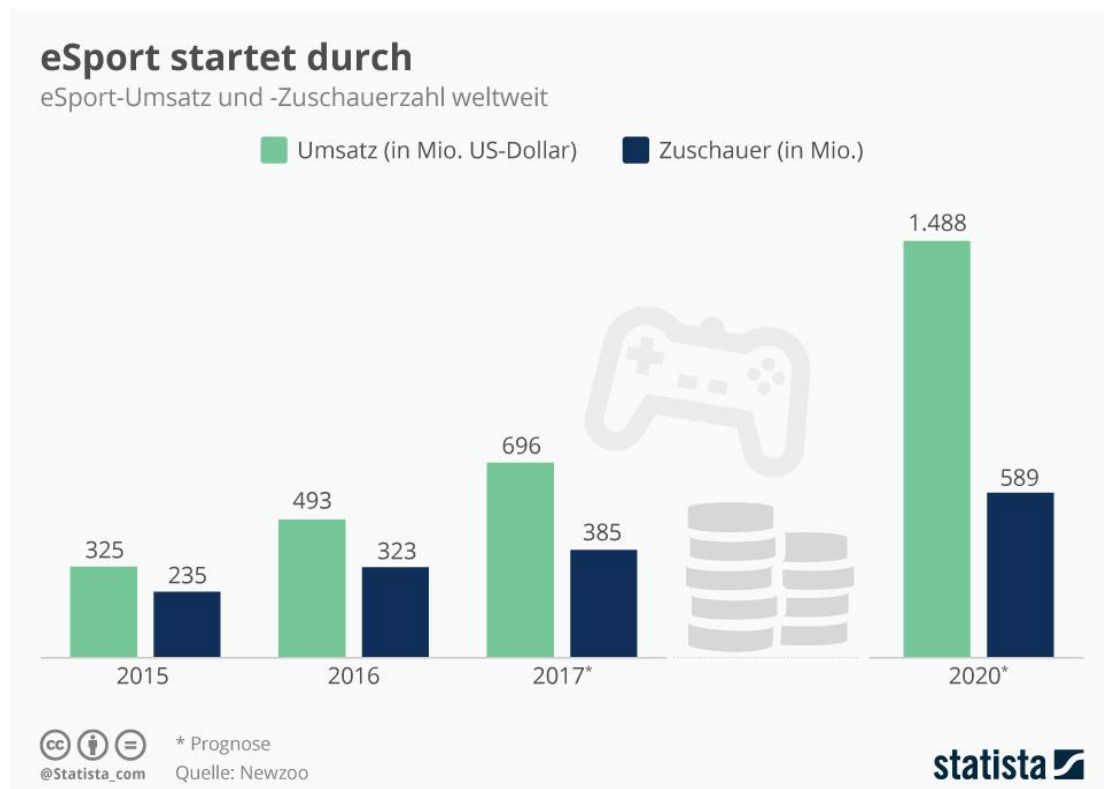


Abbildung 6: Verglichen werden Umsätze und Zuschauerzahlen seit 2015.<sup>73</sup>

Die Abbildung 6 verdeutlicht, dass der elektronische Sport nicht mehr als eine Randnotiz wahrgenommen werden kann. Bis 2020 soll, laut Expertenprognose, der Umsatz deutlich die eine Milliardengrenze durchbrochen haben. Auch hierzulande ist die Aufmerksamkeit rasant gestiegen. Im weltweiten Vergleich liegt Deutschland im Umsatz auf Platz fünf hinter Südkorea, Japan, den USA und China.<sup>74</sup> Dabei spielt das Alter immer weniger eine Rolle. Laut dem Bundesverband Interaktiver Unterhaltungssoftware spielen ca. 34 Millionen Menschen in Deutschland regelmäßig Video- und Computerspiele.<sup>75</sup> Prozentual gesehen sind das rund 41% der deutschen Bevölkerung.<sup>76</sup> Zwar ist nur ein Drittel davon über 35.<sup>77</sup> Trotzdem zeigt es die

<sup>73</sup> [http://infographic.statista.com/normal/infografik\\_8643\\_esport\\_umsatz\\_und\\_zuschauer\\_weltweit\\_n.jpg](http://infographic.statista.com/normal/infografik_8643_esport_umsatz_und_zuschauer_weltweit_n.jpg), [24.06.2017].

<sup>74</sup> ARD, Samstag, 12.11.2016, 50min, <http://www.ardmediathek.de/tv/Sportschau/e-Sport-vom-Schmuddelkind-zum-Shooting/Das-Erste/Video?bcastId=53524&documentId=38902374>, [24.06.2017].

<sup>75</sup> <https://www.biu-online.de/marktdaten/altersverteilung-der-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland/>, [24.06.2017].

<sup>76</sup> Vgl. <https://www.tagesschau.de/inland/einwohnerzahl-deutschland-105.html>, [24.06.2017].

tendenzielle Aufgeschlossenheit der Bevölkerung. Verantwortlich dafür sind, neben dem Internet und seinen diversen Streaming-Plattformen, eigens aufgebaute Internetsender und das TV. Der Pay-TV Sender Sky und vor allem Sport1 setzen seit einiger Zeit auf den elektronischen Sport. 2016 wagte Sport1 den Schritt und hievte das ESL One Turnier aus Frankfurt in das Hauptprogramm. Für einen größeren TV-Sender bedeutete das absolutes Neuland. Zum ersten Mal in der Geschichte des deutschen Fernsehens war es der Bevölkerung somit möglich, den eSport live im TV mitzuverfolgen. Quotenmäßig war es für den Sender kein großer Erfolg. Nur 0,06 Millionen Menschen sahen im Schnitt zu. Ein Grund dafür war das Spiel an sich, was zur Hälfte so gut wie entschieden war. Zum anderen musste der TV-Neuling sich gleichzeitig gegen die Europameisterschaft im Fußball behaupten.<sup>78</sup> Trotzdem hält Sport1 weiterhin an diesem Konzept fest und übertrug unter anderem die World Finals 2016 aus LA, das IEM Finale aus Oakland oder die Intel Extreme Masters 2017 aus Katowice. Für viele Experten kein Wunder, denn alleine in Deutschland soll sich der Umsatz bis 2020 auf geschätzte 130 Millionen Euro steigern.<sup>79</sup> Die moderne Möglichkeit, den eSport überall und zu jeder Zeit auf der Welt für sich zu entdecken, macht ihn für alle Altersklassen sehr attraktiv. Wie in der vorangehenden Abbildung 6 zu erkennen, wird die Zuschauerzahl 2020 sich im Vergleich zum Jahr 2016 wahrscheinlich fast verdoppelt haben. eSport kann somit in seiner relativ kurzen Geschichte im Vergleich zu traditionellen Sportarten höhere Zuschauerzahlen generieren, wie aus der Abbildung 7 zu entnehmen ist. Selbst bekannte Sporthighlights, wie das Finale der Handball-WM, das 100m-Finale der Leichtathletik WM oder die World Series im Baseball, können bei großen Finalspielen im Zuschauerdurchschnitt aktuell nicht mit dem eSport mithalten.<sup>80</sup>

---

<sup>77</sup> <http://www.horizont.net/marketing/kommentare/eSports-3-Vorurteile-gegenueber-eSports-die-stimmen-Und-was-daran-gut-ist.-159084>, [26.06.2017].

<sup>78</sup> Vgl. <http://www.quotenmeter.de/n/86310/kein-hype-esport-event-startet-vor-kleiner-kulisse>, [26.06.2017].

<sup>79</sup> Vgl. Esser et al., 2016, S.3.

<sup>80</sup> <http://euw.leagueoflegends.com/de/news/esports/esports-editorial/eine-wm-32-millionen-zuschauer>, [24.06.2017].

| <b>Sportart</b> | <b>Wettbewerb</b>       | <b>Durchschnittliche Zuschauerzahl</b> |
|-----------------|-------------------------|--|
| Football        | Super Bowl              | 97 Mio. Zuschauer                      |
| Formel 1        | Grand Prix Brasilien    | 78 Mio. Zuschauer                      |
| Fußball         | Champions-League-Finale | 72 Mio. Zuschauer                      |
| Rugby           | WM-Finale               | 33 Mio. Zuschauer                      |
| eSport          | LoL World Championship  | 32 Mio. Zuschauer                      |
| Leichtathletik  | 100-Meter-Finale der WM | 24 Mio. Zuschauer                      |
| Baseball        | World Series 4. Spiel   | 24 Mio. Zuschauer                      |
| Handball        | WM Finale               | 23 Mio. Zuschauer                      |

Abbildung 7: Durchschnittliche Zuschauerzahl bei sportlichen Großevents 2008 <sup>81</sup>

Diese Zahlen belegen einen wichtigen Aspekt, der sich mit anderen professionellen Sportarten wie Fußball, Basketball, Eishockey oder Handball vergleichen lässt. Anhänger eines bestimmten Spiels wollen trotz eigener Pflichten, sich die Alternative offenhalten, hautnah dabei zu sein. Fans, die ein spezielles Spiel als interessant betrachten, wollen Teil einer Gemeinschaft sein und suchen den direkten Wettbewerb mit Gleichgesinnten. Anhänger wollen Vergleiche zum eigenen Spiel ermitteln. Was können zum Beispiel professionelle eSportler besser oder was machen sie anders? Wo gibt es Parallelen zu eigenen Stärken und Schwächen? Darüber hinaus spielt die Emotionalität und Leidenschaft eine übergeordnete Rolle. Fans wollen eine Verbindung zum eSport herstellen und sich mit dem Genre, persönlich und öffentlich, identifizieren. Das Internet und die Möglichkeit mit jedem Menschen global verbunden zu sein, vereinfacht den Anhängern dabei den Zugang zum Phänomen eSport. Dies spiegelt sich in den hohen Zuschauerzahlen wider und gipfelt in ausverkauften Multifunktionsarenen.<sup>82</sup> Die Kölner Lanxess Arena war mit 14.000 Plätzen während des letztjährigen Counter-Strike: Global Offensive Turnier an allen drei Turniertagen restlos ausverkauft.<sup>83</sup> 2015 verkauften sich die Eintrittskarten für das League of Legends Finale in Berlin binnen weniger Minuten. Normale Events oder Messen werden zum großen Szenetreff. Fans kleiden sich wie ihre Lieblingsfiguren und treten in sogenannten Cosplay-Wettbewerben, die mittlerweile zur Veranstaltung standardmäßig dazugehören, gegeneinander an. Ein weiterer Punkt für die rasante Entwicklung des eSports ist die Inszenierung der Spiele und Turniere. Generell bleibt

<sup>81</sup>Vgl. <http://www.quotenmeter.de/n/89421/die-groessten-sportereignisse-der-welt-vermarktungspotential-durch-reichweite>, [24.06.2017].

<sup>82</sup> Vgl. <http://mein-mmo.de/wieso-games-spielen-wenn-man-einfach-zuschauen-kann/>, [24.06.2017].

<sup>83</sup> <http://www.playnation.de/spiele-news/esl-one/lanxess-arena-cs-go-event-komplett-ausverkauft-id66461.html>, [24.06.2017].

festzuhalten, dass sich der gesamte eSport-Markt auch in Zukunft enorm weiterentwickeln wird. Abbildung 8 verdeutlicht dabei das ineinanderfließen verschiedener eSport-Komponenten.



Abbildung 8: eSport-Steakholder und Ökosystem<sup>84</sup>

Das Interesse am Phänomen eSport ist weit gefächert. Technikunternehmen versuchen, ihre Produkte auf den Markt zu bringen und dem Kunden zugänglich zu machen. Zum einen wollen interessierte Hobbyspieler ähnliche Produkte wie die Profis benutzen. Zum anderen stellen die Firmen die Technik ins Rampenlicht verschiedener Eventorganisatoren. Das kann wiederum für die Außendarstellung genutzt werden und gibt gleichzeitig den professionellen Spielern eine gute Voraussetzung, für einen reibungslosen Trainings- und Turnierverlauf. Somit entsteht ein zusammenhängendes

---

<sup>84</sup> Esser et al., 2016, S.4.

Geflecht verschiedener Interessenszweige. Vor allem auf die zentralen Punkte wie Ligen, Turniere und Investoren soll im folgenden Teil der Arbeit eingegangen werden.<sup>85</sup>

## **3.2 Veranstalter, Turniere und Preisgelder**

Wie bereits im vorherigen Kapitel beschrieben, spiegelt sich der aktuelle Erfolg des eSports, neben dem Internet, besonders durch internationalen Ligen und Computerhersteller wider. Exemplarisch für den europäischen Kontinent wird deshalb näher auf die ESL als Ligaverband und Wettbewerbsveranstalter eingegangen.

Das jeweils benutzte Spiel und Ligaverband sind im eSport nicht als einheitliches Gefüge zu verstehen. Viel mehr bestimmt der Spielehersteller, was mit dem Produkt geschieht. Der Hersteller kann alleine darüber entscheiden, ob er sein auf den Markt gebrachtes Spiel selber in Turnieren vertreiben möchte, oder nicht. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, dass der Hersteller bestimmten Ligen auf der Welt die Erlaubnis erteilt, sein Produkt im Ligabetrieb oder bei anderen Großevents zu benutzen. Demnach gibt es, neben den vom Hersteller veranstalteten Ligen, weitere Turniere und Ligaverbände. Der eSport lässt sich in diesem Bereich nicht so einfach strukturieren wie zum Beispiel andere Sportarten. Im Fußball gibt es klar definierte Turniere wie die Welt- und Europameisterschaft, die Die Copa América oder zum Beispiel die Champions League. Im eSport ist das anders. Exemplarisch kann das sehr gut am weltweit meistgespielten Game, League of Legends, dargestellt werden. Hier gibt es eine eigens aufgebaute Meisterschaft, die sich LCS nennt. Die Teams erhalten dabei monatliche Gehälter und qualifizieren sich über einen strukturierten Ligabetrieb für die Worldchampionship. Dieser Ligabetrieb findet mit jeweils zehn Teams pro LCS in verschiedenen Gebieten der Welt statt. Momentan duellieren sich dabei in Nordamerika, Europa, Südamerika und Asien die stärksten Teams. Darüber hinaus kann sich über sogenannte Wildcard-Tournaments für die Endrunde qualifiziert werden. Diese wird wiederum in mehreren Städten der Welt ausgetragen. 2016 war San Francisco Austragungsort der Gruppenphase. In Chicago bestritten die Teams das Viertelfinale. New York war Schauplatz der Halbfinalspiele und das große Finale fand

---

<sup>85</sup> Vgl. Esser et al., 2016, S. 4.

im Staples Center, Los Angeles, statt. Das Preisgeld für die LoL Worldchampionship 2016 lag dabei bei rund fünf Millionen US-Dollar und wurde im Schnitt von 32 Millionen Menschen verfolgt.<sup>86</sup> Darüber hinaus beweisen die professionellen Strukturen, dass der eSports sich weiterentwickeln will. In Berlin-Spandau wurde für die EU LCS ein eigenes Studio mit neusten technischen Möglichkeiten bezogen. Dieses bietet nicht nur den Teams einen professionellen Ligabetrieb, sondern ermöglicht Kommentatoren qualifizierte Analysen in eigens dafür vorgesehenen Expertenstudios. Außerdem können mehrere hundert Fans beim Spielbetrieb live vor Ort sein. Mit weit über 20 Studiokameras, großen LED-Leinwänden und diversen Technikexperten, erinnert die Aufmachung an bekannte Fußballübertragungen.<sup>87</sup> Ähnlich verhält es sich mit anderen Spielen. Zum Beispiel veranstaltet der Hersteller des beliebten MOBA-Spiels „Dota2“ jährlich „The International“, dass gleichzeitig das mit Abstand höchstdotierte eSport-Event der Welt ist. Qualifikation und Spielprinzip sind der Struktur von „LoL“ sehr ähnlich. Der große Unterschied spiegelt sich im Preisgeld wider. 2016 wurden über 20 Millionen US-Dollar an die teilnehmenden Teams ausgeschüttet. Das chinesische Gewinnerteam, „Wings Gaming“, konnte dabei allein über neun Millionen US-Dollar für sich verbuchen.<sup>88</sup> Zum Vergleich: Tennisprofi Angelique Kerber erhielt 2016 für den Gewinn der US-Open 3,5 Millionen US-Dollar.<sup>89</sup> Auch „The International“ ist als Weltmeisterschaft anzusehen, jedoch gibt es weltweit diverse andere Turniere, in denen professionelle Teams um preisträchtige Titel kämpfen. Hier treten oft sogenannte Drittanbieter wie die die „Major League Gaming“, das koreanische „OnGameNet“, die „Dreamhack“ oder die „ESL“ in den Vordergrund, die als Veranstalter fungieren. Die Rechte des Spiels liegen nach wie vor beim Hersteller und unterliegen strenger Regularien. Ein Beispiel für solch ein Event spiegelt die seit 2014 in der Commerzbank-Arena, Heimspielort des Bundesligaclubs Eintracht Frankfurt, ausgetragenen „ESL One“ wieder. „Dota2“ vom Hersteller „Valve“ steht dabei im Mittelpunkt.

---

<sup>86</sup> Vgl. <https://boards.euw.leagueoflegends.com/de/c/esports-de/EEKOz6yp-was-ist-der-unterschied-zwischen-lcs-esl-und-den-anderen-ligen>, [29.06.2017].

<sup>87</sup> Vgl. <http://multimedia.sportschau.de/faszination-esport#20653>, [14.07.2017].

<sup>88</sup> Vgl. <https://www.esportsearnings.com/tournaments/19287-the-international-2016>, [29.06.2017].

<sup>89</sup> Vgl. ARD, Samstag, 12.11.2016, 50min, <http://www.ardmediathek.de/tv/Sportschau/e-Sport-vom-Schmuddelkind-zum-Shooting/Das-Erste/Video?bcastId=53524&documentId=38902374>, [29.06.2017].

*„Wie in den vergangenen Jahren war das Interesse des Publikums gewaltig: 22.500 Besucher zählten die Verantwortlichen der ESL, zudem schauten insgesamt 7,3 Millionen Menschen online zu. 18,9 Millionen Online-Sitzungen wurden übers Wochenende insgesamt gemessen, zu Höchstzeiten gab es über 650.000 gleichzeitige Zuschauer via Internet.“<sup>90</sup>*

Ein ähnliches Event ist die „ESL One Cologne“. Hierbei handelt es sich um ein FPS-basierten Wettbewerb. 2016 traten im Spiel Counter-Strike: Global Offensive, über drei Tage lang, 16 Mannschaften in KO-Runden gegeneinander an. Das Preisgeld belief sich dabei auf eine Million US-Dollar. Auch hier mussten sich Mannschaften über davor stattfindende Runden qualifizieren.

*„ESL One Cologne hat in diesem Jahr wieder neue Rekorde gebrochen. Die Streams der Wettkämpfe wurden von 155% mehr Zuschauern als im letzten Jahr empfangen. Sie wurden in 17 verschiedenen Sprachen übertragen. Man hat auch den Besucherrekord gebrochen. An jedem der Tage wurde eine Besucherzahl von 14.000 notiert.“<sup>91</sup>*

Darüber hinaus veranstalten die ESL, die Major League Gaming und OGN weitere Spiele im Ligaverband. Dazu kommen weitere Events in Asien und den USA, die durch andere Unternehmen ins Leben gerufen werden. Zu nennen sind hier die World Electronic Sports Games, die Eleague und diverse Major Turniere, die separat zu Weltmeisterschaften und Ligabetrieb ausgetragen werden.<sup>92</sup> Bei der Masse an Veranstaltung ist es leicht nachzuvollziehen, dass die Teams nicht bei jedem Event dabei sein können. Viele stoßen durch den eng terminierten Kalender auf zeitliche Probleme. Nicht selten wird beispielsweise ein Major Turnier auf den Philippinen bestritten und zwei Tage später auf der ESL One in Frankfurt gastiert. In den vergangenen Jahren wird deshalb bevorzugt Wert auf die Historie, das Preisgeld und die Reichweite eines Wettbewerbs gelegt. Durch die beschriebenen Wettbewerbe wird deutlich, in welchen Sphären sich der eSport mittlerweile bewegt. Kleine Hallen sind Vergangenheit - gefüllte Fußballstadien und ausverkaufte Multifunktionsarenen die

---

<sup>90</sup> [http://www.gamez.de/artikel/esl-one-frankfurt-2016-mit-22-500-besuchern-und-millionen-zuschauern\\_a5773/1](http://www.gamez.de/artikel/esl-one-frankfurt-2016-mit-22-500-besuchern-und-millionen-zuschauern_a5773/1), [29.06.2017].

<sup>91</sup> <http://gameran.de/esl-one-cologne-2016-zusammenfassung/>, [29.09.2017].

<sup>92</sup> Vgl. <https://www.esportsearnings.com/tournaments>, [29.06.2017].



Gegenwart. Auch die einstigen Lan-Partys geraten dabei immer mehr ins Vergessen. Dafür schaffen onlinebasierende Ligastrukturen neuen Raum für die Vermarktung des eSports, denn das millionenfache Publikum will nicht nur zuschauen, sondern auch selbst in Aktion treten. Ein Beispiel dafür ist die bereits mehrfach genannte Electronic Sports League. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Köln, ist die weltweit älteste Liga ihrer Art. Sie ist, je nach Spiel, in mehrere Wettbewerbe aufgeteilt und umfasst damit nicht nur den professionellen Bereich, sondern auch den Teil der Hobbygamer. Darüber hinaus fungiert die ESL gleichzeitig als Turnierausrichter und kann daher als Veranstalter diverser eSport-Events betrachtet werden. Im Mittelpunkt stehen dabei PC-Spiele. Mit über 550 Mitarbeitern in mehreren Ländern und Ablegern in Polen, Frankreich und Skandinavien, Spanien oder Indonesien bietet sie ein großes Feld im eSport-Universum.<sup>93</sup> Die ESL Play bietet dabei international eine riesige Plattform für Anfänger bis Hobbyspielern und ist als Überbegriff zu verstehen. Die ESL Ladders ist dagegen als erste Stufe zu betrachten. Der Spaß und der erste Kontakt, mit einem professionell ähnlichen Wettbewerb in Kontakt zu treten, stehen im Vordergrund. Gelder werden durch Sponsoren und die Spieler selbst generiert. Sobald ein Spieler oder ein Team in die professionelle Szene einsteigen möchte, wird ein monatlicher Beitrag fällig. Es wird sich sozusagen eine Premiummitgliedschaft erkaufte.<sup>94</sup> Die Spieler sollen Konzept, Struktur und Abläufe begreifen und können mit Freunden dem Ligabetrieb ein Stück näherkommen. Jederzeit kann in die Liga ein- und ausgestiegen werden. Besonders talentierten Teams ist es vorbehalten, in die ESL Amateur Series aufzusteigen. Hier gibt es mehrere Divisionen. Es wird um den Aufstieg und Abstieg in höhere bzw. untere Klassen gespielt und das Niveau der gegnerischen Teams ist deutlich größer. Die Wettbewerbe finden meist wöchentlich statt und bieten die Möglichkeit, in die ESL A-Series aufzusteigen. Hier kann der Sprung zu größeren Turnieren vollzogen werden. Wöchentliche Spiele sind im Gegensatz zu unterklassigen Ligen Pflicht und setzen ein höheres Maß an Kompetenz, Strategie und Verlässlichkeit voraus. Die besten Hobbygamer werden in Fachkreisen als semi-professionelle Spieler bezeichnet. Diese können bereits vom eSport leben. Ihr Erfolg spiegelt sich zum größten Teil auf nationaler Ebene wider. Die absoluten Profispieler duellieren sich auf internationaler Basis. Dafür ist zum Beispiel, wie im Spiel „Counter Strike: Global

---

<sup>93</sup> Vgl. <https://www.esport-talk.com/de/esport-wird-sich-in-gesellschaft-etablieren-esl-germany-chris-flato/>, [28.08.2017].

<sup>94</sup> Vgl. <http://www.zeit.de/digital/games/2010-12/esl-gamer>, [28.06.2017].

Offensive“, die ESL Pro League gedacht. Darüber hinaus gibt es vereinzelte Turnierserien, die ähnlich wie Major Turniere im Tennis anzusehen sind. Mit dem Versuch nach China zu expandieren, versucht die ESL sich weiter zu vergrößern. Hier soll ein ähnliches Ligasystem aufgebaut werden, um auf die Euphorie des asiatischen Volks zu reagieren.<sup>95</sup> Die größte national zu erreichende Bühne ist die ESL Meisterschaft. Hier wird sich mit den besten Spielern des Landes gemessen und Preisgelder im fünfstelligen Bereich ausgezahlt. Ähnlich wie bei den großen Turnieren sind die Genres vielseitig. In Deutschland wurde sich 2017 in den Spielen „Fifa“, „League of Legends“ und „CS:GO“ gemessen. Neben der „ESL One Cologne“, der „ESL One Frankfurt“, nationalen Meisterschaften und weiteren internationalen Ligen, gibt es eine weiteres Großevent, die „Intel Extreme Masters“. Die Veranstaltung wird von der ESL, in Zusammenarbeit mit Prozessor-Hersteller Intel, ausgetragen. Für das Finale, das seit 2014 in polnischen Katowice durchgeführt wird, müssen sich die besten Spieler und Teams in mehreren globalen Vorentscheidungen messen, was zur Folge hat, dass die IEM ein internationales Turnier ist.<sup>96</sup> Auf Grund seiner langen Historie und dem internationalen Publikum, gilt die Veranstaltung sowohl für die ESL als Spieler und Fans als besonders wichtig. Höhepunkt ist das zwei Wochen andauernde Finalevent in Katowice.

*„Neben den 173.000 Fans, die das Stadion und das anliegende Festival im Verlauf der zwei Wochen besucht haben, hat die Intel Extreme Masters World Championship 2017 mehr als 46 Millionen Unique Viewers online erreicht, was einem Wachstum von 35% im Vergleich zu der Veranstaltung im letzten Jahr entspricht. Das Event ist bis dato das[!] am meisten übertragene in der Geschichte der ESL, mit unter anderem 70 linearen und digitalen Partner auf der ganzen Welt, welche Inhalte in 19 Sprachen produzierten und ausstrahlten. Insgesamt wurden durch Live Streams, Highlightvideos und weitere besondere Inhalte, mehr als 55 Millionen Fans auf Twitter und Facebook erreicht, was den Erfolg aus dem vergangenen Jahr (30 Millionen) bei weitem übertrifft.“<sup>97</sup>*

---

<sup>95</sup> Vgl. <http://www.zeit.de/digital/games/2010-12/esl-gamer/seite-2>, [29.06.2017].

<sup>96</sup> Vgl. <https://www.esport-talk.com/de/ein-stueck-esport-geschichte-die-intel-extreme-masters/>, [29.06.2017].

<sup>97</sup> <https://www.eslgaming.com/press/intel-und-esl-begr-ten-173000-fans-bei-dem-weltgr-ten-esports-event-aller-zeiten>, [29.06.2017].

Am Beispiel der IEM, den vorher genannten Turnieren und Ligastrukturen wird deutlich, dass sich die Branche im Laufe der Jahre immer weiter professionalisiert hat. Es hat sich sozusagen ein großes Ökosystem um den eSport selbst gebildet. Fans diskutieren über Ergebnisse, Spieler und Veranstaltungen. Dadurch entsteht ein immer größeres Interesse am Spiel selbst. Große online Plattformen wie Twitter, YouTube und Facebook reagieren darauf. Neben den professionellen eSportlern werden so neue Stars geboren. Kommentatoren, YouTuber und Streamer gelangen immer mehr in den Fokus. Das Ticketing sowie das Merchandising profitiert davon und somit fließt immer mehr Geld in das jeweilige Spiel. Die Events können dadurch vermehrt größerer Veranstaltungsorte buchen, das automatisch die öffentliche Wahrnehmung und die Zuschauerzahl steigert. Nicht zuletzt erkennen Sponsoren die Möglichkeit, eine breite Masse anzusprechen. Vor allem das Alterssegment der 14 bis 29-jährigen ist fast nirgendwo anders so gut anzutreffen, wie beim eSport. Deshalb soll das Sponsoring und das Merchandising nochmals genauer betrachtet werden.

### **3.3 Sponsor- und Merchandising**

Neben den bereits genannten Fakten wie globaler Vernetzung, spiegeln Sponsoren und Werbepartner eine große Rolle in der Weiterentwicklung des eSport wider. Bereits seit mehreren Jahren haben Unternehmen das Potenzial der stetig wachsenden Branche entdeckt und versuchen durch gezielte Platzierung, die eigene Marke in den Fokus der Zuschauer und Fans zu rücken. Mittlerweile hat sich der Kreis der Sponsoren stark vergrößert. Zu Beginn waren es vor allem Hardware-Hersteller, die sich als Werbepartner für den eSport bemühten. Zu nennen sind hier zum Beispiel die „Intel Extreme Masters“. Der Prozessor-Hersteller „Intel“ ist seit Beginn des Events Hauptsponsor und somit seit über 11 Jahren ein ständiger Begriff für viele Millionen Zuschauer. Darüber hinaus haben sich in den letzten Jahren viele weitere Sponsoren im eSport engagiert. Autohersteller wie Audi oder VW, Finanzdienstleister Visa, Getränkehersteller RedBull oder Monster Energy und Netzanbieter Vodafone sind dabei nur ein kleiner zu nennender Teil. Der eSport bietet eine sehr große Möglichkeit sich in den relevanten Reichweiten zu bewegen und daraus Akzeptanz zu schlagen. Doch auch andere Zielgruppen werden dadurch nicht außen vorgelassen. Wie bereits im Kapitel 3.1 beschrieben, hat ein Großteil der Bevölkerung mittlerweile Zugang zu Computer- oder Konsolenspielen und ist damit dem Sponsoring verschiedenster Unternehmen ausgesetzt. Die Wahrnehmung ist dabei, im Gegensatz zu anderen

Sportarten, positiv. Anfeindungen wie aktuell im Deutschen Fußball gegen RB Leipzig, dessen Hauptsponsor Getränkehersteller RedBull ist, gibt es nicht.

*„Die Wahrnehmung von Sponsoren im eSports-Umfeld ist ausgesprochen positiv. Die Fans wissen es zu schätzen, dass die Szene mit ihren Profis und Teams überhaupt erst durch das Engagement von Marken bestehen kann.“<sup>98</sup>*

Gleichbedeutend profitieren Sponsoren damit auch im Earned- sowie Owned-Media Bereich. Ersteres beschreibt die Nutzung verschiedener sozialen Medien wie Facebook und Twitter. Der zweite Punkt beleuchtet die Drittverwertung von Content-Material auf eigenen Webseiten und in weiteren Videos.<sup>99</sup> Generell unterscheidet sich der eSport damit nicht deutlich von anderen Sportarten. Vielmehr sind es die Stellenwerte, die sich, bedingt durch die noch junge Entwicklung, differenzierter darstellen.

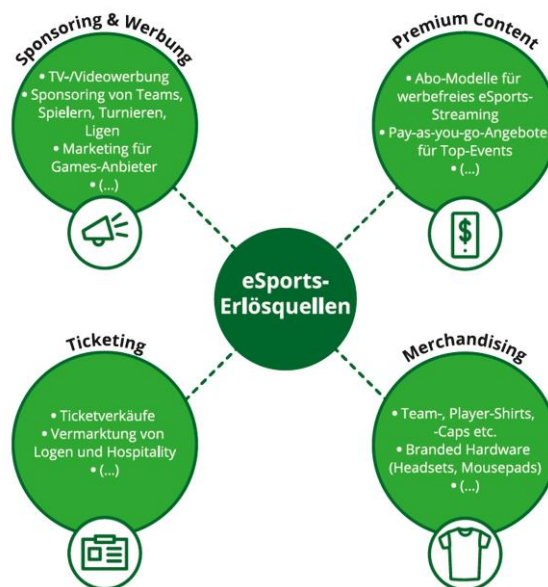


Abbildung 9: eSports-Erlösquellen nach Deloitte 2016<sup>100</sup>

Auf der Abbildung neun sind die vier typischsten Erlösquellen zu erkennen. Momentan ist vor allem der linke, obere Kreis mit Sponsoring und Werbung bei der Kommerzialisierung vorherrschend. 2015 lag der Jahresumsatz der eSport-Branche im Sponsoring bei 578,6 Millionen US-Dollar. Das sind 77% des Gesamtumsatzes und

<sup>98</sup> <http://serviceplanblog.com/de/2013/08/esports/>, [12.07.2017].

<sup>99</sup> Vgl. <http://serviceplanblog.com/de/2013/08/esports/>, [12.07.2017].

<sup>100</sup> Esser et al. 2016, S.9.

spiegelt die wichtige Rolle des Sponsorings im eSport wider.<sup>101</sup> Durch Werbung im Video und TV-Bereich oder Sponsoring von Teams, Spielern und Turnieren, wird der eSport-affine Zuschauer direkt angesprochen. Aber wie bereits erwähnt, spielen für Sponsoren auch die weiteren Zielgruppen eine große Rolle. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass große Unternehmen wie die Bausparkasse Wüstenrot, Hauptsponsor der ESL Meisterschaft ist. Außerdem setzen die Unternehmen neben der Produktplatzierung auch auf Expertenmeinung vieler Spieler und Teams. Diese können nämlich aus erster Hand beurteilen, wie sich eventuell eingesetztes Zubehör verhält. Darüber hinaus sind die Merchandising-Strukturen, wie im unteren, linken Kreis zu erkennen, neben dem Sponsoring ein sehr wichtiger Faktor. Hier gibt es Parallelen zu anderen Sportarten.<sup>102</sup>

*„Fanartikel für unterschiedliche Games, Ligen, Teams sowie deren Top-Spieler sind lizenziert und werden an die Fans der Szene vermarktet. Insbesondere die Spielertrikots erfreuen sich großer Beliebtheit. Daher werden die Merchandising-Umsätze absehbar analog zur wachsenden eSports-Fanbasis weiter steigen.“<sup>103</sup>*

Zwar liegt der Jahresumsatz mit 17 Millionen US-Dollar 2015 weit hinter dem Sponsoring, trotzdem zeigt es die positive Entwicklung der Branche. eSport Begeisterte wollen nicht nur im Kreis der Community zeigen, welchem Spiel oder Team sie angehören, vielmehr soll das Fangegefühl in die Welt getragen werden. Den Großteil macht dabei der europäische, nordamerikanische und asiatische Kontinent aus.<sup>104</sup> Sponsoren, Teams und Fans haben das bereits realisiert und festigen die Branche mit ihrem jeweiligen Engagement Jahr für Jahr. Seit einiger Zeit ist der Fokus sogar noch weiter gerückt. Selbst gestandene Bundesligacclubs sehen das Potenzial des eSports. Vorreiter in Deutschland sind dabei der VFL Wolfsburg und der FC Schalke 04.

---

<sup>101</sup> Vgl. <http://www.playnation.de/spiele-news/esport/umsatzbericht-jahr-2015-zahlen-id63074.html>, [12.07.2017].

<sup>102</sup> Vgl. Esser et al., 2016, S.9.

<sup>103</sup> Esser et al. 2016, S.9.

<sup>104</sup> Vgl. <http://www.playnation.de/spiele-news/esport/umsatzbericht-jahr-2015-zahlen-id63074.html>, [12.07.2017].

### 3.4 Zusammenschluss mit Fußballclubs

Der eSport hat sich in den letzten Jahren auch im Bereich der Konsole weiterentwickelt. Die professionellen Sphären der Computerspieler sind zwar in den nächsten Jahren nicht einzuholen, trotzdem zeigt sich schon jetzt, dass auch konsolenbasierter eSport immer schneller wächst. Bestes Beispiel dafür ist die von „EA Canada“ entwickelte Fußballsimulation „FIFA“. Die „ESL“ hat das erkannt und setzt vor allem auf nationaler Ebene auf das Spiel. Neben der deutschen virtuellen Bundesliga wurde 2017 auch international ein Durchbruch errungen. Zum ersten Mal wurde das Preisgeld von einer Million US-Dollar überstiegen. Neben diversen Vorentscheiden in Paris, Sydney oder Vancouver wurden in diesem Jahr mit dem Finale in Berlin ein Meilenstein gesetzt. Diese Entwicklung geht nicht spurlos an den realen Fußballteams vorbei. International gesehen unterstützen bereits mit Paris St. Germain und Manchester City, dem FC Valencia oder auch Ajax Amsterdam mehrere europäische Schwergewichte den virtuellen Fußball.<sup>105</sup> Aber auch in Deutschland ist der elektronische Fußballsport kein Geheimnis mehr. Bis zum heutigen Zeitpunkt engagieren sich drei deutsche Fußballclubs. Vorreiter ist dabei der VFL Wolfsburg. Bereits 2013 richtete der Verein in Zusammenarbeit mit EA Sports die Virtuelle Bundesliga im eigenen Stadion aus.<sup>106</sup> Im Laufe der Jahre wurde der Arbeit stark professionalisiert und ausgebaut, sodass seit 2015 der VFL Wolfsburg als erster Bundesligist im elektronischen Sport Stellung bezogen hat. Momentan beschäftigt der Verein mit Benedikt „SalzOr“ Saltzer, David „DaveBtw“ Bytheway und Timo „TimoX“ Siep drei professionelle eSportler. Bereits in der jungen Vergangenheit konnten die Spieler große Erfolge verzeichnen. Vor allem Timo Siep konnte zu Letzt beim FUT-Championship in Berlin überzeugen. Erst im Halbfinale musste er sich dem US-Amerikaner Shaun „xShellzz“ Springette geschlagen geben.<sup>107</sup> Der zweite deutsche Club, der es dem VFL gleichtut, ist der FC Schalke 04. Dabei wurde der Fokus jedoch vermehrt auf den großen eSport Markt gelegt. Der Verein übernahm 2016 das „League of Legends“-Team „Elements“ und konnte sofort in der höchsten deutschen Spielklasse ansetzen. Der Erfolg blieb jedoch aus. Das Team stieg am Ende der Saison ab und konnte sich auch im Frühjahr 2017 nicht für die erste Liga qualifizieren.<sup>108</sup> Trotzdem

---

<sup>105</sup> Vgl. <https://www.welt.de/sport/article163498928/Zehn-Bundesliga-Klubs-vor-Einstieg-in-den-E-Sport.html>, [12.07.2017].

<sup>106</sup> Vgl. <http://www.goldmedia.com/blog/2016/12/trendmonitor-2017-esports-der-elektronische-sport-wird-zum-massenphaenomen-trend-ausblick-von-hannah-reuter/>, [12.07.2017].

<sup>107</sup> Vgl. <https://www.vfl-wolfsburg.de/info/aktuelles/services/e-sport.html>, [12.07.2017].

<sup>108</sup> Vgl. [http://esport.kicker.de/esport/lol/info/673762/artikel\\_desastroses\\_schalke-lol-team-verpasst-aufstieg.html](http://esport.kicker.de/esport/lol/info/673762/artikel_desastroses_schalke-lol-team-verpasst-aufstieg.html), [12.07.2017].

hält der Traditionsclub am Konzept fest und ist auch im virtuellen Bereich des Fußballs aktiv. Bekanntester Akteur ist Cihan „Cihan“ Yasarlar. Darüber hinaus hat sich der VfB Stuttgart erst kürzlich um ein Engagement im eSport bemüht. Der Verein wird durch die Spieler Erhan "Dr. Erhano" Kayman und Marcel "Marlut" Lutz vertreten. Daneben prüfen momentan auch weitere deutsche Fußballvereine, ob sich der Einstieg in das professionell-basierte Spielen lohnt.

*„Für die Vereine ist der Einstieg in den eSports auch Teil ihrer Internationalisierungsstrategie, er soll vor allem neue Vermarktungspotenziale eröffnen. Die eSports-Turniere bilden die optimale Plattform, die eigene Club-Marke weltweit bekannt zu machen und neue Sponsoren zu gewinnen. So versucht Schalke 04, seine Marke durch eSports in den USA und in China zu etablieren. Gerade die junge, digitale Zielgruppe lässt sich auf diesem Weg einfacher erreichen als über die klassischen Medien.“*<sup>109</sup>

Doch nicht alle Bundesligacclubs sehen die Entwicklung positiv. Der Erzrivale der Schalker, Borussia Dortmund, steht der modernen Entwicklung eher skeptisch gegenüber.<sup>110</sup> Geschäftsführer Hans-Joachim Watzke betonte in der Mitgliederversammlung, dass man nicht jedem Trend folgen müsse. Für den eSport dagegen kann der Einstieg großer Fußballvereine nur gut sein. Neben dem lukrativen Sponsoring kann der Verein auch auf professioneller Ebene weiterhelfen. Vor allem die bereits seit Jahren vorherrschenden Infrastrukturen wie Trainingsanlagen und Trainingsmethoden könnten dem elektronischen Sport zu Gute kommen. Doch ähnlich wie bei der Debatte, ob eSport ein richtiger Sport sei, hält sich Deutschland etwas bedeckt. In anderen europäischen Ländern ist es bereits anders. In Frankreich oder den Niederlanden ist momentan jeder Club verpflichtet, sich eine eSport-Abteilung einzurichten.<sup>111</sup> Generell ist jedoch der erste Schritt getan, auch in Deutschland. Vereine wie der VfL Wolfsburg und der FC Schalke verhelfen dem eSport sich weiter in seiner Professionalität zu steigern. Darüber hinaus schafft vor allem der Name der Fußballclubs ein großes Aufsehen in der Öffentlichkeit und den Medien.

---

<sup>109</sup> <http://www.goldmedia.com/blog/2016/12/trendmonitor-2017-esports-der-elektronische-sport-wird-zum-massenphaenomen-trend-ausblick-von-hannah-reuter/>, [12.07.2017].

<sup>110</sup> Vgl. <https://www.welt.de/sport/article163498928/Zehn-Bundesliga-Klubs-vor-Einstieg-in-den-E-Sport.html>, [12.07.2017].

<sup>111</sup> Vgl. <http://www.sport1.de/esports/2017/07/esports-robin-dutt-kritisiert-deutsche-fussball-klubs>, [13.07.2017].

### 3.5 Streaming

Fußballclubs haben das Potenzial des eSport erkannt. Der Erfolg und die enorme Reichweite des elektronischen Sports liegen jedoch länger zurück. Mit verantwortlich für die stetig wachsenden Zuschauerzahlen ist nicht das klassische Massenmedium Fernsehen, vielmehr wird eSport auf der gesamten Welt über Streaming-Dienste konsumiert. Bereits mehrfach wurde in der vorliegenden Arbeit über Dienste wie Twitch gesprochen. Überdies gibt es Plattformen wie Azubu, Hitbox oder YouTube-Gaming. Über diese Möglichkeit können Zuschauer vom ganz normalen Amateur-Match bis hin zu preisträchtigen Turnieren live mit dabei sein. Die bekannteste Plattform ist Azubu. Hier werden wie in anderen Sportarten Vorberichte, Taktikanalysen, Statistiken und Liveberichte angeboten. Im Gegensatz zu anderen Plattformen widmet sich Azubu ausschließlich dem elektronischen Sport. Twitch dagegen legt den Hauptfokus ähnlich wie Azubu auf den eSport, jedoch beschränkt sich die Plattform nicht nur darauf. Mit weltweit fast zehn Millionen Nutzern täglich ist Twitch der erfolgreichste Streaming-Dienst im Bereich eSport und ist ständiger Partner von großen Turnieren und überträgt diese live in Millionen Kinder- und Wohnzimmer. Das vorherrschend junge Publikum ruft dabei großes Interesse bei verschiedensten Unternehmen hervor. Im August 2014 kaufte sich der weltweit bekannte Online-Versandhändler Amazon für umgerechnet 730 Millionen Euro die Rechte an Twitch. Der aktuell härteste Konkurrent ist YouTube-Gaming. Diese Plattform wurde als Antwort von Google ins Leben gerufen und soll Twitch von Platz eins der erfolgreichsten Streaming-Dienste verdrängen.<sup>112</sup> Vor allem das kostenlose Anschauen diverser Spiele und Turniere macht die Streaming-Dienste so erfolgreich. Mitunter unterscheiden sich diese nicht allzu stark vom gewohnten TV-Verhalten. Auch hier schaut der Fußballfan gerne von zu Hause aus seinem Lieblingssport zu. Gleiches gilt für den Fan elektronischer Spiele. Außerdem kann auf diese Weise ein Spiel vor dem eigentlichen Kauf angeschaut werden. Profispieler geben wertvolle Tipps und ordnen das Niveau ein. Außerdem kann wie im TV ganz einfach zwischen verschiedenen Programmen gewechselt werden. In einem Moment verfolgt der Zuschauer ein Spiel zweier Teams bei „CS:GO“ - im anderen Moment kann problemlos auf ein Einzelspiel umgeschaltet werden.

*„Ein weiterer Grund für den steigenden Beliebtheitsgrad der Streaming-Website ist deren Zugänglichkeit. Wer eine Internet-Verbindung besitzt, der kann sich am heimischen Computer kostenlos jede beliebige Übertragung auf der*

---

<sup>112</sup> Esser et al. 2016, S.6.



*Plattform ansehen. iOS- und Android-Apps ermöglichen zudem das Anschauen von Ausstrahlungen zu jeder Tages- sowie Nachtzeit und an jedem erdenklichen Ort. Außerdem ist es Nutzern möglich mit Streamern und anderen Usern über eine Chat-Funktion zu kommunizieren. Viele Vorspieler machen sich das zu Nutze und interagieren auf diesem Wege direkt mit ihren Zuschauern.“<sup>113</sup>*

Vor allem sogenannte YouTuber<sup>114</sup> profitieren von diesen Möglichkeiten. Zwar geht es in vielen dieser Kanäle nicht rein um eSport spezifische Themen, jedoch lässt sich der aktuelle Trend nicht verleugnen. Mit über eine Milliarde Nutzer hat YouTube fast ein Drittel der gesamten Internetnutzer in seiner Reichweite und bietet somit auch dem elektronischen Sport eine große Bühne. Der weltweite Erfolg der Gaming-Branche macht deshalb auch in diesem Bereich auf sich aufmerksam.

*„Unangefochtener Topverdiener unter den YouTube-Stars ist der Schwede Felix Kjellberg, im Netz bekannt als «PewDiePie». Seine mehr als 40 Millionen Abonnenten verhalfen ihm vergangenes Jahr zu einem Einkommen von zwölf Millionen Dollar (11 Mio Euro), berichtet das Magazin «Forbes». Kjellbergs Zuschauer sehen ihm regelmäßig beim Testen von Videospielen zu.“<sup>115</sup>*

YouTuber und eSportler schaffen es somit immer stärker in das Rampenlicht der Öffentlichkeit und werden dementsprechend auch von den klassischen Medien wie Radio, TV und Print wahrgenommen. Im folgenden Kapitel soll deshalb die mediale Akzeptanz beleuchtet werden.

---

<sup>113</sup> <http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.amazon-kauft-twitch-vier-gruende-warum-die-streaming-webseite-so-erfolgreich-ist.16cee3cb-3300-4e22-9c1f-3ae1095d598a.html>, [26.07.2017].

<sup>114</sup> Eine Person, die hauptberuflich einen Videokanal betreibt und damit Geld verdient.

<sup>115</sup> <http://www.volksfreund.de/nachrichten/magazin/familie/leben/Leben-YouTuber-Eine-neue-Generation-von-Stars;art640,4401663>, [26.07.2017].

## 4 Mediale Akzeptanz

Digitale Spiele sind aus den Medien nicht mehr wegzudenken. Zwar ist eSport immer noch vielen Menschen ein nicht bekanntes Phänomen, trotzdem gehören Videospiele längst zur Gesellschaft. Darüber hinaus sind sowohl Hard- als auch Software Gegenstand laufender Berichterstattungen. Deutlich wird das bereits bei der Inszenierung aktueller Spieltitel oder Konsolen. Diese sind mittlerweile gleichzusetzen mit großen Werbemaßnahmen bekannter Autohersteller. In Fußballstadien wird auf Werbetafeln geworben. Bushaltestellen widmen sich den neusten Spieletiteln. Im Kino wird vor dem Beginn eines großen Hollywoodstreifens zwischen großen Werbekampagnen für ein neues Shooter-Spiel geworben. Der aktuelle Erfolg ist besonders bei Großveranstaltungen spürbar und anhand von Zuschauerzahlen nachweisbar. Das haben mittlerweile auch Großteile der Medien realisiert. eSport wird nicht mehr ausschließlich als Randnotiz wahrgenommen. Je nach Art der Publikation gibt es aber deutliche Unterschiede.<sup>116</sup>

### 4.1 Print- und Onlinemedien

eSport hat sich in fast allen Arten seines Daseins weiterentwickelt. Ähnlich verhält es sich bei der Darstellung nach außen. Nahezu in allen Medien findet der elektronische Sport im Jahre 2017 Anklang. Einzige Ausnahme bilden die klassischen Printmedien. eSport ist zwar kein Fremdwort, jedoch spielt es nur eine minimale Rolle in der täglichen Sportberichterstattung. Ausnahmen sind große Events wie die seit 2014 ausgetragene ESL One oder die LoL Worldchampionship 2015 in Berlin. Wenn überhaupt, findet sich eSport in den fachspezifischen Computerzeitschriften. Generell lassen sich Onlinemedien in vier Hauptkategorien gliedern.

---

<sup>116</sup> Vgl. Pfeiffer/Wochenalt, 2011, S.162f..

- Szene-Coverage-Seiten
- Clan-Homepages
- Internetseiten der Ligen/Turniere
- Onlinepresse

Szene-Coverage-Seiten richten sich speziell an den eSport interessierten Zuschauer. Mit Hilfe von Artikeln, aktuellen Neuigkeiten und Reportagen rund um das Thema werden ausführliche Möglichkeiten geboten, sich dem Thema hinzugeben. Clan-Homepages widmen sich in erster Linie einem Team. Es wird über das Abschneiden bei Turnieren, Neuigkeiten rund um das Team und generell über den eSport berichtet. Die Internetseiten der Ligen und Turniere haben mit Abstand die meisten Aufrufe im Netz. Vor allem die bereits genannten ESL steht dabei im Vordergrund. Hier wird im großen Umfang über alles Wichtige im eSport berichtet. Immer öfter greifen auch sogenannten Onlinemedien das Thema eSport auf. Die Süddeutsche Zeitung, der Spiegel und weitere Verlage berichten in Artikeln über das Thema. Turniere werden von Redakteuren besucht und eingeordnet. Es gibt Interviews mit großen deutschen Spielern und prominenten Persönlichkeiten der Szene. Zeit Online hat darüber hinaus sogar eine eigene Rubrik zum Thema Videospiele mit nützlichen Informationen ins Leben gerufen. Eine eigens für den eSport aufgestellte Zeitung oder Fachzeitschrift gibt es jedoch selten. Weder in Amerika, Asien oder Europa. Generell wird deshalb deutlich, dass das Medium Print nicht mit der eigentlichen Zielgruppe des eSports einhergeht. Das Publikum selbst nutzt fast ausschließlich das Internet. Deshalb liegt es nah, dass für beide Seiten kein großes Interesse an fachspezifischen Magazinen besteht.

## 4.2 Fernsehen

Dass eSport die Tür für ein junges Publikum öffnen könnte, hat das Fernsehen bereits vor Jahren erkannt. Das damalige „Deutsche Sport Fernsehen“ und „Eurosport“ versuchten vergeblich den elektronischen Sport mit einzelnen Formaten ins TV zu hieven. Auch der 2004 gegründete Spartensender „Giga“ konnte sich nicht auf Dauer behaupten. Das Programm, was über Satellit zu empfangen war, wurde 2009

eingestellt. Heutzutage ist der Kanal nur über das Internet zu empfangen.<sup>117</sup> Ähnlich verhält es sich mit „Rocket Beans TV“. Ehemalige Mitarbeiter des TV-Senders „Giga“ gründeten den Internetsender und produzieren 24 Stunden täglich Material. Auch der große Pay-TV Sender „Sky“ versuchte sich mit dem eSport anzufreunden. Letztendlich blieb es aber bei einem wenigen Beiträgen und Übertragungen. Der Privatsender „ProSieben MAXX“ zeigte teilweise Livepartien und produzierte eine eigene ELEAGUE-Show. Auf Grund der Vorkommnisse in München, am 22. Juli 2016, wo mehrere Menschen in einem Einkaufszentrum bei einem Amoklauf getötet wurden, stellte der Sender die Produktion binnen weniger Stunden ein.<sup>118</sup> Grund hierfür war die angebliche Gewaltverherrlichung des Spiels CS:GO. Anders verhält es sich beim Nachfolger vom Deutschen Sport Fernsehen, Sport1. 2016 wagte der Sender den Schritt und brachte mit „League of Legends“ den eSport zurück ins deutsche Fernsehen. Darüber hinaus veröffentlichte der Sportkanal auch eine kostenlose eSport-App für Interessierte. Sport1 setzt dabei sehr auf die Verständlichkeit. Neben den schon vorhandenen Fans soll vor allem die breite Masse angesprochen werden. Dies wird mit bekannten Fachexperten im Münchener Studio versucht umzusetzen. Ansonsten ähnelt die Übertragung stark der typischen TV-Art. Der Moderator und eingeladenen Experten führen durch die Sendung, Reporter werden mit Hilfe von Liveschalten in die Sendung geholt und Teams sowie Spieler werden durch Beiträge dem Zuschauer nähergebracht. Darüber hinaus hat Sport1 auch eine Kooperation mit der ESL. Hauptsächlich geht es hierbei um ausgewählte Fanartikel. Bis auf den Kontinent Asien verhält es sich weltweit ähnlich wie in Deutschland. Zu groß ist teilweise die Skepsis in Hinblick auf sogenannte Killerspiele. Generell muss das Zusammenspiel von eSport und Fernsehen im klassischen Sinne hinterfragt werden.

*„Während Kabelsender von Streamingdiensten wie Netflix oder Amazon zunehmend unter Druck gesetzt werden und die meisten Sportveranstaltungen aufgrund komplexer Lizenzierung ohnehin kaum live im Internet stattfinden, haben E-Sports von Beginn an die digitalen Vertriebswege umarmt.“<sup>119</sup>*

Vor allem sind die bereits genannten Streamingdienste wie Twitch und YouTube-Gaming gemeint. Die großen Turnier- und Ligabetreiber haben bereits ihre eigenen

---

<sup>117</sup> Vgl. Pfeiffer/Wochenalt, 2011, S.166 ff..

<sup>118</sup> Vgl. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/folgen-des-amoklaufs-erst-als-held-gefeiert-dann-im-visierder-polizei-1.3597557>, [27.07.2017].

<sup>119</sup> <http://www.zeit.de/digital/games/2016-01/e-sports-fernsehen-activision-mlg-uebernahme/seite-2>, [27.07.2017].

Onlineplattformen. Die ESL ging 2016 sogar noch einen Schritt weiter und gründete seinen eigenen TV Sender. Dieser ist momentan zwar nur in den skandinavischen sowie baltischen Länder zu empfangen, soll in Zukunft aber weiter ausgebaut werden.

*„Laut ESL habe man auf den digitalen eSport-Kanälen weltweit über 100 Millionen Zuschauer und übertrage im Jahr 2.000 Stunden Live-Material von den hauseigenen Turnieren. Die Einrichtung eines passenden TV-Senders sei daher eine konsequente Erweiterung des Angebots. Die ESL erhofft sich von diesem Schritt, noch mehr potenzielle und bestehende Fans des elektronischen Sports mit ihrem Angebot zu erreichen.“<sup>120</sup>*

Allgemein wird deutlich, dass der eSport in vielerlei Hinsicht seine eigenen Wege geht. Die klassischen Medien wie Zeitung und Fernsehen scheinen dabei eine immer unwichtigere Rolle zu spielen. Zwar soll die breite Masse angesprochen werden, jedoch hat es bisher auch ohne die oben genannten Medien funktioniert.

*„Eine lohnendere Zielgruppe sind jene, die bereits Videospiele spielen und lieben, bislang aber nicht mit der kompetitiven Szene vertraut sind. Also Gamer, die schon lange aktiv im Netz unterwegs, aber im Dschungel von Twitch.tv verloren sind. Sie abzuholen ist die größte Herausforderung für die Branche – und die Lösung liegt nicht auf der Fernbedienung zwischen Sendeplatz 37 und 39.“<sup>121</sup>*

Ob und wie es in den nächsten Jahren im TV-Bereich weitergeht, bleibt abzuwarten. Sport1 setzt jedenfalls auch in der kommenden Zeit auf den eSport. Bestes Beispiel für eine positive Präsenz im TV und die damit gleichzusetzende Vergrößerung der Reichweite spiegeln Snooker und Darts wider. Diese Sportarten haben im letzten Jahrzehnt einen enormen Zuwachs an Fans generiert, obwohl die Übertragungen meist nur zu Randzeiten stattfanden. Ähnliches erhofft sich Sport1 vom eSport. Darüber hinaus soll vermehrt auf das Zusammenspiel zwischen TV und Online-Angebot gesetzt werden.<sup>122</sup>

---

<sup>120</sup> <http://www.computerbild.de/artikel/cbs-News-PC-eSport-TV-ESL-startet-Fernsehsender-15507631.html>, [27.07.2017].

<sup>121</sup> <http://www.zeit.de/digital/games/2016-01/e-sports-fernsehen-activision-mlg-uebernahme/seite-2>, [27.07.2017].

<sup>122</sup> Vgl. Esser et al. 2016, S.10.

## 4.1 Andere Medien

Zwar spielt das Radio keine bedeutende Rolle im eSport, jedoch soll es an dieser Stelle erwähnt werden, da es auch zum Rundfunksystem dazugehört und somit zur Grundlage, worüber die deutsche Bevölkerung ihre Informationen bezieht. Einige Sender widmen sich dem elektronischen Sport und bringen ihn in kurzen Passagen in der jeweiligen Sendung unter. Auch Podcast und Blogs spielen dabei eine immer größere Rolle. Fans kreieren eigene Beiträge und verhelfen somit, wenn auch eher passiv, dem eSport zu größerer Reichweite. Vor allem die aufgeschlossene Art der Branche hilft dabei, den eSport zu vergrößern. Eine weitere Form der medialen Darstellungsmöglichkeit sind Messen. Nicht umsonst wird die weltweit größte Messe Gamescom<sup>123</sup> als „The Heart of Gaming“ bezeichnet. In der Vergangenheit wurde besonders Wert auf die Veröffentlichung und den Verkauf von Spielen gelegt. Mittlerweile bieten Messen jedoch viel mehr. Es ist eine Art großes Zusammenkommen von Fans und Liebhabern, die mehr als nur das reine Spielen an sich begeistert. 2017 stand deshalb bei der Gamescom auch das Motto „Einfach zusammen spielen“ im Vordergrund.<sup>124</sup>

---

<sup>123</sup> Die Veranstaltung in Köln ist, nach der Besucherzahl und Ausstellungsfläche, die größte Messe der Welt.

<sup>124</sup> Vgl. <https://www.biu-online.de/blog/2017/07/19/gamescom-2017-stellt-das-gemeinsame-spielen-in-den-mittelpunkt/>, [27.07.2017].

## 5 Fazit

Die dargestellten Ergebnisse dieser Arbeit bekräftigen die Aussage, dass der eSport sich aus dem Kinderzimmer befreit und sich zu einem global, angesehenen Phänomen entwickelt hat. Zum jetzigen Zeitpunkt mehr denn je. Kaum eine Branche hat sich in den letzten Jahren so rasant entwickelt wie der elektronische Sport. Bis 2020 soll der weltweite Umsatz die Eine-Milliarde-Grenze deutlich durchbrochen haben. Diese Zahl bestärkt das Verlangen vieler Fans und Funktionäre, dass das kompetitive Spielen als Sport anerkannt werden sollte. Der elektronische Sport hat sich über Jahre immer stärker professionalisiert. Durch die Gründung von Ligen und Verbänden ist es möglich, einen strukturierten und professionellen Spielbetrieb aufzuziehen. Monatliche Gehälter sowie Preisgelder in Millionenhöhe sind keine Seltenheit, sondern Alltag. Spieler werden gefeiert wie Superstars. Der Zuspruch der Fans ist dabei kaum zu stoppen. Binnen weniger Minuten sind große Multifunktionsarenen komplett ausverkauft und die Zuschauerzahlen im Onlinebereich halten dabei mit den größten Sportevents der Welt mit. Bekannte Moderatoren, YouTuber und Cosplay sind weltbekannt und verdienen ähnlich gut wie die Spieler selbst. Weltmeisterschaften und weitere Großevents stehen anderen Sportevents in nichts nach. Gewaltige Pyroshows, aufwendig inszenierte Videoclips und berühmte Show Acts sind Normalität. TV Anstalten, Onlinemedien und Sponsoren erkennen das Potenzial und versuchen, sich offensiv mit der Branche in Verbindung zu bringen. Nahezu alle eSport-Teams werden mittlerweile von diversen Sponsoren unterstützt und große Turnier-Serien tragen den Namen bekannter Unternehmen. In Zukunft wird sich dieser Faktor noch verstärken. Die hauptsächlich angesprochene Zielgruppe befindet sich momentan im Alter von 14-29 Jahren. Das bedeutet, dass der eSport vor einer aussichtsreichen Zukunft steht, da seine Hauptzielgruppe mit ihm wächst. Trotzdem hat auch der andere Großteil der Bevölkerung mit Videospielen zu tun. Der wichtigste Punkt für den elektronischen Sport wird sein, in Zukunft noch stärker auf die Professionalisierung zu bauen. Teilweise erschweren vereinzelte Strukturen bisher den klaren Durchblick. Darüber hinaus gibt es noch zu viele verschiedene Turnierserien, die auf Grund von Disputen zwischen dem Hersteller und Ausführer eines Spiels bestehen. Für die allgemeine Anerkennung bedarf es noch etwas Zeit. Videospiele sind zwar fast jedem Menschen auf der Welt ein Begriff, trotzdem haftet, vor allem in Deutschland, einigen Spielen ein schlechter Ruf an. Besonders kritisch werden dabei die sogenannten Shooter-Spiele wie „Counterstrike“ betrachtet. Diese sind mitunter auch der Hauptgrund, warum eSport noch nicht als Sportart in Deutschland anerkannt wird. Sollte der eSport aber weiterhin positive Schlagzeilen schreiben, stetig an seiner Professionalisierung arbeiten und sich vermehrt für die Förderung Jugendlicher in Vereinen bemühen, so wird es nur eine Frage der Zeit sein. Auch das Klischee, dass Shooter Gewaltverherrlichend wirken, sollte in einigen Jahren nicht mehr relevant sein. Die negativen Argumente sind weder zeitgemäß noch eindeutig nachweisbar. Generell bleibt festzuhalten, dass der eSport

vor einer lukrativen Zukunft steht. Bereits in der Vergangenheit haben die Hauptverantwortlichen des eSport-Business' richtig gehandelt und den Sport in die richtigen Bahnen gelenkt. Der enorme Aufschwung wurde ohne offizielle Anerkennung vollzogen und durch die hingebungsvolle Leidenschaft der Fans und einigen Investoren getragen. Mit dem Jahrtausendwechsel und dem stetigen Ausbau des Internets, dem Angebot von Flatrates und dem rasanten Werdegang der Technik konnte sich das kompetitive Spielen stetig weiterentwickeln. Ähnlich wie das Internet verbindet auch der eSport international Millionen von Menschen. Auch national werden immer häufiger neue Parallelen zum Sport geschlossen. Durch den Einstieg der Fußballclubs aus Wolfsburg, Schalke und Stuttgart wird eSport einem breiten Publikum nähergebracht und somit auch alltagstauglich. Wie lange die positive Umsatzkurve steil nach oben verlaufen wird, bleibt abzuwarten. Momentan bewegt sich der eSport jedoch auf einer äußerst erfolgreichen Welle und ist aus dem einstigen Kinderzimmer in die Welt hinausgetreten.



# Literaturverzeichnis

## Fachliteratur:

Beisel, Simon: eSport – Computerspielen als mediales Ereignis, 2006

Esser, Ralf/ Lachmann, Kim/ Vo, Thanh-Liem/ Finzenhagen, Raoul/ Siedentopf, Henrik: Let's Play! Der deutsche eSports-Markt in der Analyse, 2016.

Götzel, Xaver/ Pfeiffer, Alexander/Primus, Thomas: MMORPGs 360° - virtuelle Welten moderne Mediennutzung wissenschaftlich betrachtet, edition nove, Neckenmarkt, 2008

Juul, Jesper: A casual revolution – reinventing Video Games and Their Players, London, 2010.

Pfeiffer, Alexander/Wochenalt, Andreas: eSport – eine Analyse von kompetitiven Spielen, novum eco Verlag, 2011,

Schumann, Christian: Der Publikumserfolg von Computerspielen – Qualität als Erklärung für Selektion und Spielerleben, Nomos, 2013

## Internetquellen:

Abendzeitung München Verlags-GmbH: Vier Gründe, warum die Streaming-Webseite so erfolgreich ist, 2014, online im WWW unter URL: <http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.amazon-kauft-twitch-vier-gruende-warum-die-streaming-webseite-so-erfolgreich-ist.16cee3cb-3300-4e22-9c1f-3ae1095d598a.html>, [26.07.2017].

ARD, Samstag, 12.11.2016, 50min, <http://www.ardmediathek.de/tv/Sportschau/e-Sport-vom-Schmuddelkind-zum-Shooting/Das-Erste/Video?bcastId=53524&documentId=38902374>, [24.06.2017]  
<https://www.biu-online.de/marktdaten/altersverteilung-der-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland/>, [24.06.2017].

Banse, Kristin: Desaströs: Schalker LoL-Team verpasst Aufstieg, 2017, online im WWW unter URL: [http://esport.kicker.de/esport/lol/info/673762/artikel\\_desastroes\\_schalker-lol-team-verpasst-aufstieg.html](http://esport.kicker.de/esport/lol/info/673762/artikel_desastroes_schalker-lol-team-verpasst-aufstieg.html), [12.07.2017].

Bauer, Manuel: eSport im TV: ESL startet Fernsehsender, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.computerbild.de/artikel/cbs-News-PC-eSport-TV-ESL-startet-Fernsehsender-15507631.html>, [27.07.2017].

BILD GmbH & Co. KG: „Pokémon Go“ bricht fünf Weltrekorde, 2016, online im WWW

unter URL: <http://www.bild.de/spiele/spiele-news/pokemon-go/pokemon-go-rekorde-47631948.bild.html>, [23.06.2017].

Born, Marcus: YouTuber: Eine neue Generation von Stars, 2015, online im WWW unter URL: <http://www.volksfreund.de/nachrichten/magazin/familie/leben/Leben-YouTuber-Eine-neue-Generation-von-Stars;art640,4401663>, [26.07.2017].

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.: Altersverteilung der Nutzer digitaler Spiele in Deutschland, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.biu-online.de/marktdaten/altersverteilung-der-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland/>, [24.06.2017].

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.: eSport Überblick 2016, online im WWW unter URL: <https://www.biu-online.de/marktdaten/esports-ueberblick-2016/>, [20.06.2017].

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.: gamescom 2017 stellt das gemeinsame Spielen in den Mittelpunkt, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.biu-online.de/blog/2017/07/19/gamescom-2017-stellt-das-gemeinsame-spielen-in-den-mittelpunkt/>, [27.07.2017].

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.: Genre-Kunde, o.J., online im WWW unter URL: <https://www.biu-online.de/genre-kunde/>, [23.06.2017].

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.: Spielgeschichte, o.J., online im WWW unter URL: <https://www.biu-online.de/spielgeschichte/>, [22.06.2017].

Bundeszentrale für politische Bildung: MOBA – Ein Spielgenre im Trend, 2013, online im WWW unter URL: <http://www.spielbar.de/neuigkeiten/146148/moba-ein-spielgenre-im-trend>, [23.06.2017].

Böhme, Jana: Warum eSports so viele Online-Gamer fasziniert, 2016, online im WWW unter URL: <https://www.derwesten.de/spiele/warum-esports-so-viele-online-gamer-fasziniert-id11530960.html>, [20.06.2017].

CHIP Partner Studio: eSport-Geschichte: Von der heimischen Garage bis zu gefüllten Sportstadien (gesponsert von HP), 2017, online im WWW unter URL: [http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt\\_115916373.html](http://www.chip.de/news/Phaenomen-E-Sports-Von-LANs-in-der-Garage-bis-hin-zu-ausverkauften-Sportarenas-mit-Streaming-weltweit-Partnerinhalt_115916373.html), [28.06.2017].

Computer History Museum: Alan Kotok, Steve Russell, Martin "Shag" Graetz play Spacewar! at the Computer Museum, Boston, o.J., online im WWW unter URL: <http://www.computerhistory.org/pdp-1/6a210c1a96e2ed4f4ffa5492d5128d83/>, [22.06.2017].

eslgaming.com: Intel und ESL begrüßten 173.000 Fans bei dem weltgrößten eSports Event aller Zeiten, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.eslgaming.com/press/intel-und-esl-begr-ten-173000-fans-bei-dem-weltgr-ten-esports-event-aller-zeiten>, [29.06.2017].

e-sports earnings: The International 2016, 2012-2017, online im WWW unter URL: <https://www.esportsearnings.com/tournaments/19287-the-international-2016>, [29.06.2017].

e-sports earnings: Largest Overall Prize Pools in eSports, 2012-2017, online im WWW unter URL: <https://www.esportsearnings.com/tournaments>, [29.06.2017].

Freundorfer, Stefan: ESL One Frankfurt 2016 mit 22.500 Besuchern und Millionen Zuschauern, 2016, online im WWW unter URL: [http://www.gamez.de/artikel/esl-one-frankfurt-2016-mit-22-500-besuchern-und-millions-zuschauern\\_a5773/1](http://www.gamez.de/artikel/esl-one-frankfurt-2016-mit-22-500-besuchern-und-millions-zuschauern_a5773/1), [29.06.2017].

gameran.de: ESL Cologne 2016 – Zusammenfassung, 2016, online im WWW unter URL: <http://gameran.de/esl-one-cologne-2016-zusammenfassung/>, [29.09.2017].

Girls who got game: Zur Geschichte und Entwicklung von Computerspielen, 1999-2001, online im WWW unter URL: <http://birgitrichard.de/projekt/fsgesenco.html>, [22.06.2017].

Hamann, Mathias: Breitensport Computerspiele, 2010, online im WWW unter URL: <http://www.zeit.de/digital/games/2010-12/esl-gamer>, [28.06.2017].

Herbig, Daniel: E-Sport wird 2022 Teil der Asienspiele, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/E-Sport-wird-2022-Teil-der-Asienspiele-3688217.html>, [26.06.2017].

Hergenröder, Patrick: Ein Stück Esport-Geschichte: Die Intel Extreme Masters, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.esport-talk.com/de/ein-stueck-esport-geschichte-die-intel-extreme-masters/>, [29.06.2017].

ingame: Der Trend des eSports, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.ingame.de/artikel/der-trend-des-esports/2/>, [22.06.2017].

Jankowski, Leya: LoL: Jeder 4. eSport-Zuschauer guckt nur noch, spielt nicht mehr, 2017, online im WWW unter URL: <http://mein-mmo.de/wieso-games-spielen-wenn-man-einfach-zuschauen-kann/>, [24.06.2017].

Kühl, Eike: Profispieler, kein Profisportler, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.zeit.de/digital/games/2016-05/esport-sport-gutachten-dosb>, [26.06.2017].

leagueoflegends.com: Was ist der Unterschied zwischen LCS, ESL und den anderen Ligen??, 2015, online im WWW unter URL: <https://boards.euw.leagueoflegends.com/de/c/esports-de/EEKOz6yp-was-ist-der-unterschied-zwischen-lcs-esl-und-den-anderen-ligen>, [29.06.2017].

Lorber, Martin: EA BLOG FÜR DIGITALE SPIELKULTUR, 2015, online im WWW unter URL: <https://spielkultur.ea.de/themen/gaming-und-communities/disziplinen-im-esport/>, [23.07.2017].

Melzer, Günther: Zitate von Platon, online im WWW unter URL: <http://www.zitate-online.de/autor/platon/> [20.06.2017].

Nguyen, Toan: 3 Vorurteile gegenüber eSports, die stimmen! Und was daran gut ist., 2017, online im WWW unter URL: <http://www.horizont.net/marketing/kommentare/eSports-3-Vorurteile-gegenueber-eSports-die-stimmen-Und-was-daran-gut-ist.-159084>, [26.06.2017].

PlayNation.de: ESL One – Lanxess Arena für CS:GO-Event komplett ausverkauft, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.playnation.de/spiele-news/esl-one/lanxess-arena-cs-go-event-komplett-ausverkauft-id66461.html>, [24.06.2017].

PlayNation.de: eSport – Umsatzbericht – Das Jahr 2015 in Zahlen, 2015, online im WWW unter URL: <http://www.playnation.de/spiele-news/esport/umsatzbericht-jahr-2015-zahlen-id63074.html>, [12.07.2017].

pRAXX: Neue Investoren bei NRG Esports, 2016, online im WWW unter URL: <https://www.summoners-inn.de/de/news/38033-neue-investoren-bei-nrg-esports?gotopost=2832320>, [26.06.2017].

Quotenmeter: Die größten Sportereignisse der Welt – Vermarktungspotential durch Reichweite, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.quotenmeter.de/n/89421/die-groessten-sportereignisse-der-welt-vermarktungspotential-durch-reichweite>, [24.06.2017]

REDBEARD: Eine WM, 32 Millionen Zuschauer, 2013, online im WWW unter URL: <http://euw.leagueoflegends.com/de/news/esports/esports-editorial/eine-wm-32-millionen-zuschauer>, [24.06.2017]

Reuter, Hannah: Trendmonitor 2017. eSports – Der elektronische Sport wird zum Massenphänomen. Trend-Ausblick von Hannah Reuter, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.goldmedia.com/blog/2016/12/trendmonitor-2017-esports-der-elektronische-sport-wird-zum-massenphaenomen-trend-ausblick-von-hannah-reuter/>, [12.07.2017].

Reuter, Sebastian: Wie geht Spitzensport am Schreibtischstuhl? , 2015, online im WWW unter URL: <http://www.faz.net/aktuell/sport/mehr-sport/der-esport-ist-fuer-den-dosb-kein-richtiger-sport-13720467-p2.html>, [21.06.2017].

SPD, Zeit für mehr Gerechtigkeit. Unser Regierungsprogramm für Deutschland, 2017, online im WWW unter URL: [https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Bundesparteitag\\_2017/Es\\_ist\\_Zeit\\_fuer\\_mehr\\_Gerechtigkeit-Unser\\_Regierungsprogramm.pdf](https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Bundesparteitag_2017/Es_ist_Zeit_fuer_mehr_Gerechtigkeit-Unser_Regierungsprogramm.pdf) 88f., [26.06.2017].

Schabane: Die Anfänge und Entwicklung vom eSport - Part 1, 2016, online im WWW unter URL: <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].

Schabane: Die Anfänge und Entwicklung vom eSport - Part 2, 2016, online im WWW unter URL: <https://www.summoners-inn.de/de/news/34487-entwicklung-esport-part-2>, [22.06.2017].

Smitty, Simon: „Esport wird sich in Gesellschaft etablieren“ – ESL Germany Chris Flato, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.esport-talk.com/de/esport-wird-sich-in-gesellschaft-etablieren-esl-germany-chris-flato/>, [28.08.2017].

Spiegel Online GmbH: eSports wird offizielle Sportart, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.spiegel.de/sport/sonst/esports-ab-2022-offizielle-sportart-der-asienspiele-a-1143860.html>, [20.06.2017].

sport1.de: eSports: Robin Dutt kritisiert deutsche Fußball-Klubs, 2017, online im WWW unter URL: <http://www.sport1.de/esports/2017/07/esports-robin-dutt-kritisiert-deutsche-fussball-klubs>, [13.07.2017].

Süddeutscher Verlag: Erst als Held gefeiert, dann im Visier der Polizei, 2017, online im WWW unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/folgen-des-amoklaufs-erst-als-held-gefeiert-dann-im-visier-der-polizei-1.3597557>, [27.07.2017].

tagesschau.de: Einwohnerzahl auf Rekordkurs, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.tagesschau.de/inland/einwohnerzahl-deutschland-105.html>, [24.06.2017].

Turtschan, Alexander: eSport – ein spannendes Werbe- und Sponsoring-Umfeld für Marken, 2013, online im WWW unter URL: <http://serviceplanblog.com/de/2013/08/esports/>, [12.07.2017].

vfl-wolfsburg.de: VFL Wolfsburg engagiert sich im E-Sport, 2015, o.J., online im WWW unter URL: <https://www.vfl-wolfsburg.de/info/aktuelles/services/e-sport.html>,

[12.07.2017].

WDR, Montag, 15.08.2016, 44min, <http://www.ardmediathek.de/tv/WDR-DOK/World-of-Games-Der-Aufstieg-des-eSport/WDR-Fernsehen/Video?bcastId=12877260&documentId=37147254>, [22.06.2017].

Weis, Manuel: Kein Hype: ESport-Event startet vor kleiner Kulisse, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.quotenmeter.de/n/86310/kein-hype-esport-event-startet-vor-kleiner-kulisse>, [26.06.2017].

welt.de: Zehn Bundesliga-Klubs vor Einstieg in den E-Sport, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.welt.de/sport/article163498928/Zehn-Bundesliga-Klubs-vor-Einstieg-in-den-E-Sport.html>, [12.07.2017].

Westdeutscher Rundfunk Köln: Faszination-eSport, 2016, online im WWW unter URL: <http://multimedia.sportschau.de/faszination-esport#20653>, [14.07.2017].

ZEIT ONLINE GmbH: E-Sports gehören nicht ins Fernsehen, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.zeit.de/digital/games/2016-01/e-sports-fernsehen-activision-mlg-uebernahme/seite-2>, [27.07.2017].

Zwingmann, Dominik: Olympia 2016: Japanischer Premierminister mit Auftritt als Super Mario, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.pcgames.de/Kurioses-Thema-205466/News/Japan-Ministerpraesident-Super-Mario-Olympia-1205476/>, [26.06.2017].

### **Abbildungsquellen:**

Abbildung 1:

Computer History Museum: Alan Kotok, Steve Russell, Martin "Shag" Graetz play Spacewar! at the Computer Museum, Boston, o.J., online im WWW unter URL: <http://www.computerhistory.org/pdp-1/6a210c1a96e2ed4f4ffa5492d5128d83/>, [22.06.2017].

Abbildung 2:

o.A.: 2017, online im WWW unter URL: [http://netzspannung.org/cat/servlet/CatServlet/\\$files/273800/weinberg\\_01-Kopiejpg.jpg](http://netzspannung.org/cat/servlet/CatServlet/$files/273800/weinberg_01-Kopiejpg.jpg), [22.06.2017]

Abbildung 3:

Schabane: Die Anfänge und Entwicklung vom eSport - Part 1, 2016, online im WWW unter URL: <https://www.summoners-inn.de/de/news/33967-die-anfaenge-und-entwicklung-vom-esport-part-1>, [22.06.2017].

Abbildung 4:

o.A.: 2017, online im WWW unter URL: <http://www.nintendo.com/images/page/nes-classic/nes-classic-edition.png>, [22.06.2017].

## Abbildung 5:

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.: Kauf digitaler Spiele per Download 2016 – Anteil am Umsatz, 2017, online im WWW unter URL: <https://www.biu-online.de/marktdaten/kauf-digitaler-spiele-per-download-2016-anteil-am-umsatz/>, [23.07.2017].

## Abbildung 6:

Statista GmbH: eSport startet durch, 2017, online im WWW unter URL: [http://infographic.statista.com/normal/infografik\\_8643\\_esport\\_umsatz\\_und\\_zuschauer\\_weltweit\\_n.jpg](http://infographic.statista.com/normal/infografik_8643_esport_umsatz_und_zuschauer_weltweit_n.jpg), [24.06.2017].

## Abbildung 7:

Quotenmeter GmbH: Die größten Sportereignisse der Welt – Vermarktungspotential durch Reichweite, 2016, online im WWW unter URL: <http://www.quotenmeter.de/n/89421/die-groessten-sportereignisse-der-welt-vermarktungspotential-durch-reichweite>, [24.06.2017].

## Abbildung 8:

Esser, Ralf/ Lachmann, Kim/ Vo, Thanh-Liem/ Finzenhagen, Raoul/ Siedentopf, Henrik: Let's Play! Der deutsche eSports-Markt in der Analyse, 2016, S.4.

## Abbildung 9:

Esser, Ralf/ Lachmann, Kim/ Vo, Thanh-Liem/ Finzenhagen, Raoul/ Siedentopf, Henrik: Let's Play! Der deutsche eSports-Markt in der Analyse, 2016, S.9.

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Berlin, 28.07.2017

---

Ort, Datum

Vorname Nachname